

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Manažer ve vlastním podniku  
Managing Director of Own Company

Študent: Miloš Beleščák

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání bakalářské práce

Student: **Miloš Beleščák**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **6208R037 Management**  
Téma: **Manažer ve vlastním podniku**  
**Managing Director of Own Company**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Problematika a základní pojmy podnikání v malých a středních podnicích
  3. Založení podniku a vysvětlení jeho hlavní podnikatelské činnosti
  4. Podnikatelský plán
  5. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.  
SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.  
ŠÚBERIOVÁ, Elena et al. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Bratislava: Kartprint, 2011. ISBN 978-80-88870-1.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 11.05.2012



  
Ing. Petra Hrváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry

  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

„Prehlasujem, že som celú prácu, vrátane všetkých príloh vypracoval samostatne. Prílohy č. 4 a 5 dané mi k dispozícii som samostatné doplnil.“

v Ostrave dňa 2.5.2012

Miloš Belesčák

Miloš Belesčák

## **P o ď a k o v a n i e**

Na tomto mieste by som rád poďakoval pani  
Ing. Marii Mikušovej, Ph.D. za cenné rady, pripomienky  
a jej ústretový prístup a ochotu pri spracovaní tejto bakalárskej práce.

## Obsah

1. Úvod.....	6
2. Teoretické východiska.....	8
2.1 Vymedzenie malých a stredných podnikov .....	8
2.1.1 Rozdelenie podnikov podľa veľkosti .....	9
2.1.2 Súčasný stav podnikateľskej činnosti v SR.....	10
2.1.3 Štruktúra a činnosť fyzických osôb v SR.....	11
2.1.4 Štruktúra a činnosť právnických osôb v SR.....	11
2.2 Základné pojmy.....	12
2.3 Právne formy podnikania .....	16
2.3.1 Podnikanie fyzických osôb.....	17
2.3.2 Kroky podnikateľa po vydaní živnostenského listu .....	19
2.3.3 Podnikanie právnických osôb.....	20
2.4 Životný cyklus podniku.....	26
2.4.1 Základné fázy životného cyklu podniku .....	26
2.4.2 Krízové situácie v priebehu životného cyklu podniku .....	28
2.5 Podnikateľský plán – teoretické poznatky .....	29
2.5.1 Zásady pre vypracovanie podnikateľského plánu .....	29
2.5.2 Štruktúra podnikateľského plánu .....	30
3. Založenie spoločnosti.....	33
3.1 Spísanie spoločenskej zmluvy.....	33
3.2 Získanie živnostenského oprávnenia s. r. o.....	34
3.3 Splatenie základného vkladu.....	35
3.4 Návrh na zápis do obchodného registra .....	35
3.5 Registrácia na daňovom úrade .....	36
4. Podnikateľský plán.....	38

4.1 Zhrnutie .....	39
4.2 Popis projektu (cieľ).....	40
4.2.1 Odôvodnenie .....	40
4.3 Informácie o firme.....	41
4.4 Organizačná štruktúra.....	41
4.5 Popis produktu (výrobky, služby, riešenia).....	43
4.5.1 Ponúkané jedlá .....	43
4.5.2 Ponúkané nápoje .....	44
4.5.3 Služby a riešenia.....	44
4.6 Okolie firmy .....	45
4.6.1 Makroprostredie .....	45
4.6.2 Mikroprostredie .....	46
4.7 Konkurencia .....	47
4.8 Marketingový plán .....	48
4.8.1 Brand spoločnosti .....	48
4.8.2 Distribučná stratégia.....	48
4.8.3 Stratégia marketingu a podpory predaja.....	49
4.8.4 Analýza rizík z hľadiska úspešnosti projektu.....	50
4.8.5 SWOT analýza .....	50
4.8.6 Stratégia tvorby cien.....	51
4.9 Finančný plán .....	51
4.9.1 Základné imanie spoločnosti .....	51
4.9.2 Náklady na reklamu .....	51
4.9.3 Mzdové náklady .....	54
4.9.4 Prevádzkové náklady.....	54
4.9.5 Materiálové (surovinové) náklady.....	54
4.9.6 Ostatné náklady .....	55

4.9.7 Tržby .....	55
4.9.8 Výkaz zisku a straty .....	56
4.9.10 Splátky úveru.....	59
4.10 Zdroje financovania.....	60
4.11 Zhrnutie finančných podmienok .....	60
5. Záver.....	61
Použitá literatúra .....	62
Zoznam skratiek .....	64
Prehlásenie o využití výsledkov bakalárskej práce	
Zoznam príloh	

# 1. Úvod

*„Podnikanie neznamená len založenie novej firmy. Jedná sa o identifikáciu, ocenenie a uchopenie príležitosti. Podnikanie je nevyhnutné pre všetky firmy – či už malé alebo veľké, nové alebo staré, založené za účelom zisku alebo neziskové.“ [8]*

Na svete je veľa ľudí, ktorí rozmýšľali, rozmýšľajú alebo ešte len budú uvažovať o tom aké to je byť sám sebe pánom v oblasti, ktorá ich živí („zarába im na chlieb“). Presnejšie je tým myslené osamostatnenie sa, čiže založenie živnosti alebo podnikania vo väčšom zmysle a to štart vlastnej firmy.

Spoločnosť s ručením obmedzeným ako aj akciová spoločnosť sú na Slovensku najčastejšími právnymi formami právnických osôb vykonávajúcich podnikateľskú činnosť. Jedným z dôvodov výberu týchto typov obchodných spoločností je, že ako jediné majú možnosť byť založené aj za iným účelom ako je podnikanie, ak to osobitný zákon nevylučuje. Ako najvýhodnejšia alternatíva na začiatok podnikateľskej kariéry sa javí spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.), do ktorej vkladá svoje nádeje väčšina začínajúcich podnikateľov.

Začiatok podnikania je veľký krok, ktorý bude znamenať zásah do vášho života. Prvopočiatky sú ťažké a človek sa často učí na vlastných chybách, pretože sa pustil do niečoho nového, s čím sa v minulosti nikdy nestretol. Jedná sa o rôzne zákony, situácie a v neposlednom rade o ľudí. Napokon založenie a úspešne riadenie podniku sa môže stať jedinečnou a obohacujúcou skúsenosťou, znamenajúcou premenu sna na skutočnosť a vytvorenie sveta v ktorom rozhodujeme. (ako začať podnikat)

Všetko toto a veľa iného boli dôvody prečo som si vybral ako tému bakalárskej práce začiatky podnikania v malých a stredných firmách, v mojom prípade konkrétne: „Manažér vo vlastnom podniku“. Práca má niekoľko kapitol, ktoré na seba logicky nadväzujú a sú rozdelené na dva väčšie celky. Je to teoretická časť, ktorá popisuje a charakterizuje daný problém, jeho riešenia a na druhej strane to je praktická časť, ktorá konkrétne aplikuje získané poznatky a metódy na popisovaný problém. Samozrejme nemôžeme zabudnúť na úvod do problematiky a záverečné zhodnotenie, ku ktorému sme dospeli počas výskumu a spracovania problematiky.



Cieľom, alebo inak povedané výsledkom tejto práce by mala byť príručka pre začínajúcich podnikateľov, ktorá popisuje a rieši základné problémy počiatkov podnikateľskej sféry.

Pre dosiahnutie tohto cieľa sa bude postupovať nasledovne: budú spracované rešerše, analýza teoretických materiálov a dostupné dáta, porovnávané jednotlivé formy podnikania a v praktickej časti bude použitá syntéza podkladov a toto všetko sa aplikuje v praxi tým na postup založenia fiktívnej firmy.

Postup založenia obsahuje následne kroky. Začína sa spísaním spoločenskej zmluvy, získaním živnostenského oprávnenia a splatením základného vkladu. Splnením týchto krokov je možné podať návrh na zápis do obchodného registra a následne po výpise z OR sa registrovať na daňovom úrade.

## 2. Teoretické východiska

Časť bakalárskej práce, ktorá je určená pre pojmy a definície súvisiace s problematikou a teoretické východiska, ktoré budú aplikované v praktickej časti.

### 2.1 Vymedzenie malých a stredných podnikov

Je chápané ako stanovenie jasných pravidiel a hraníc, čiže v tejto oblasti okruh pôsobnosti, rozsah činnosti, veľkosť podniku ako aj rozdelenie podnikov, pri ktorom existuje veľa názorov a možností, pretože je ťažko určiť pre ne jedno kritérium. Typologická klasifikácia rozoznáva viacero faktorov na rozdelenie podnikov, ktoré sú napríklad:

- charakter výsledku podnikovej činnosti;
- hospodárske odvetvie;
- technicko – organizačná charakteristika podniku;
- veľkosť podniku;
- právna forma podniku.

Malé a stredné podniky zamestnávajú najväčší počet ľudí v rámci európskej únie a preto majú zásadný význam pre európske hospodárstvo. Preto v roku 2008 Európska komisia vydala *Európsky akt pre malé podniky* („*Small Business Act*“ – *for Europe* – *SBA*). Jeho cieľom bolo zlepšiť celkový prístup k podnikaniu a systematicky podporovať konkurencieschopnosť a rast malých ale aj stredných podnikov. [8]

Výhody malých a stredných podnikov:

- vytváranie nových pracovných miest s relatívne nízkymi nákladmi,
- jednoduchá a prehľadná organizačná štruktúra,
- dynamika, flexibilita a úzka špecializácia,
- bezprostredný kontakt so zákazníkmi,
- menej rozsiahla administratíva, prípadne zabezpečovaná outsourcingom,
- podporujú miestny rozvoj.

Nevýhody malých a stredných podnikov:

- vysoké náklady na diferenciáciu produkcie,

- slabšie možnosti získavania bankových úverov,
- nedostatočná infraštruktúra,
- obmedzené prostriedky na reklamu,
- menšia možnosť poskytovania sociálnych výhod zamestnancom,
- vysoká citlivosť na zmeny prostredia.

### 2.1.1 Rozdelenie podnikov podľa veľkosti

Je základné delenie podnikov, kde sa rozdeľujú podľa určitých kritérií na malé, stredné a veľké. Medzi najzákladnejšie patrí delenie podľa Európskej únie na základe počtu zamestnancov, a to na :

- malé – do 20 zamestnancov,
- stredné – do 100 zamestnancov,
- veľké – 100 a viac zamestnancov.

Táto práca je zameraná na malé a stredné podniky, čiže nás zaujíma a spomenieme si špecifickejšie delenie pre podniky týchto „rozmerov“. Rozdeľujú sa podľa viacerých kritérií, pričom musia spĺňať každé z nich. Ak čo i len v jednom faktore prevyšujú dané rozmedzia pre určité typy, automaticky patria do vyššej skupiny. Naopak to neplatí. Medzi rozhodujúce faktory veľkosti podniku patria: počet zamestnancov, ročný obrat a bilančná suma aktív. Podniky podľa týchto faktorov rozdeľujeme nasledovne: [8]

**Tab. 2.1: Členenie MSP v Európskom spoločenstve**

Kategória	Počet zamestnancov	Ročný obrat v mil. EUR	Bilančná suma v mil. EUR
<b>Mikropodnik</b>	0 – 9	do 2	do 2
<b>Malý podnik</b>	10 – 50	do 10	do 10
<b>Stredný podnik</b>	50 – 250	do 50	do 43

Zdroj: [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

### Význam malých a stredných podnikov

*„Potrebujeme viac malých a stredných firiem, pretože práve tie sú skutočným zdrojom rastu a vytvárania pracovných miest.“ [8]*

### 2.1.2 Súčasný stav podnikateľskej činnosti v SR

V rámci podnikateľskej činnosti na Slovensku neustále prebiehajú rôzne zmeny a inovácie, ktoré sa snažia dopomôcť k zníženiu deficitu štátneho rozpočtu a zlepšeniu úrovne hrubého domáceho produktu (HDP). Na základe HDP sa meria ekonomická úroveň štátu a zároveň odzrkadľuje výkonnosť podnikateľských subjektov v ekonomike.

Na Slovensku sa úroveň HDP v rokoch 1999 – 2009 podstatne zvýšila, keďže v roku 1999 predstavovala 50% priemernej úrovne HDP na jedného obyvateľa v Purching Power Standard a v roku 2009 to bolo už 73% priemernej úrovne HDP v PPS na jedného obyvateľa. HDP v PPS predstavuje hodnotu všetkých vyprodukovaných tovarov a služieb v rámci krajiny zníženú o hodnoty tovarov a služieb použitých na ich výrobu. [11]

**Tab. 2.2: Hrubý domáci produkt podľa odvetví v Slovenskej republike za rok 2011 v mil. EUR**

Odvetvie / HDP	HDP absolútne v mil. EUR za rok 2007	HDP relatívne v % za rok 2008
Priemysel spolu	23 237,3	36,362
z toho priemyselná výroba	18 660,9	29,200
Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov; doprava a skladovanie; ubytovacie a stravovacie služby	8930,0	13,974
Verejná správa, obrana, povinne sociálne zabezpečenie; vzdelávanie; zdravotníctvo a sociálna pomoc	6964,5	10,898
Stavebníctvo	4956,5	7,756
Činnosti v oblasti nehnuteľností	3913,8	6,124
Odborné, vedecké a technické činnosti; administratívne služby	3873,1	6,061
Ostatné činnosti a služby	7174,0	11,225
Čisté dane z produktu	5905,0	9,240

Zdroj: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=35601> [cit. 2.3.2012] + vlastné prepočty

Vlastné výpočty v rámci HDP na Slovensku podľa odvetví sa týkajú údajov „HDP relatívne v % za rok 2011“, kde sa percenta rátali za pomoci priamej úmery, keďže sme poznali celkove HDP a aj HDP v jednotlivých odvetviach.

### 2.1.3 Štruktúra a činnosť fyzických osôb v SR

Väčšina podnikateľských subjektov v Slovenskej republike sú malé a stredné podniky, ktorých počet zamestnancov nepresahuje 9 ľudí na podnik. Najväčší nárast podnikateľských subjektov v SR bol v roku 1990 a potom až po roku 2002. Počet 200 tisíc podnikateľov bol zaznamenaný už v roku 1992, ale ďalší nárast bol výrazne pomalší, keďže hranica 300 tisíc bola prekonaná v roku 2003 a 400 tisíc podnikateľských subjektov zaznamenalo Slovensko o 4 roky, čiže roku 2007. [11]

**Tab. 2.3: Počet daňových subjektov – fyzických osôb – podľa foriem podnikania v SR za roky 2008 – 2009**

Ukazovateľ / rok	2008	2009	rozdiel
<b>Podnikateľ – FO nezapísaná v obchodnom registri</b>	488 001	487 824	-177
<b>Slobodné povolania – FO podnikajúca na základe iného ako živnostenského zákona</b>	39 415	40 773	+1358
<b>Samostatne hospodáriaci roľník nezapísaný v obchodnom registri</b>	9194	9040	-154
<b>Zahraničná osoba – FO s bydliskom mimo územia SR</b>	7289	8369	+1080

Zdroj: [www.drsl.sk](http://www.drsl.sk) [cit. 2.3.2012]

Najvyšší počet živnostníkov nezapísaných v obchodnom registri bol v roku 2008, kedy nárast oproti roku 2007 až 17 368 subjektov. Vyzeralo to akoby ľudia reagovali na krízu v zmysle, že osamostatnením dosiahnu viac ako veľké podniky. Po prvotnom podnikateľskom návale sa ukázalo, že spotrebiteľský dopyt klesá a tým pádom sa v roku 2009 podnikanie mení z kvantitatívneho na viac-menej kvalitatívne, čiže v menšom množstve, ale s podstatne vyššou kvalitou.

### 2.1.4 Štruktúra a činnosť právnických osôb v SR

Ukazovatele právnických osôb nevykazujú také rozdiely ako fyzické osoby. Podobne sú na tom živnostníci a spoločnosti s ručením obmedzeným, keďže s.r.o. taktiež zaznamenali výraznejší nárast z roku 2007 na rok 2008 a to 14 854, čo je medziročný nárast o 11,93%.

**Tab. 2.4: Počet daňových subjektov – právnických osôb – podľa foriem podnikania v SR za roky 2008 – 2009**

Ukazovateľ / rok	2008	2009	rozdiel
Verejná obchodná spoločnosť	1261	1248	-13
Spoločnosť s ručením obmedzeným	139 353	145 934	+6581
Komanditná spoločnosť	393	439	+46
Akciová spoločnosť	7422	7425	+3
Družstvo	2647	2635	-12
Štátny podnik	345	332	-13

Zdroj: www.drshr.sk [cit. 2.3.2012]

Verejné obchodné spoločnosti a družstvá nezaznamenali výraznejšie zmeny v ich počte aj kvôli problémovým majetkovým vzťahom. Rozdiely boli medziročne cca 2%. Výraznejší bol nárast komanditných spoločností v roku 2009 oproti roku 2008 až o 11,7%, ale iba z percentuálneho hľadiska, vzhľadom na ich nízky počet v celkovej štruktúre podnikov. Pomalý ale dlhodobý pokles neustále zaznamenávajú štátne podniky.

*„Rok 2010 na Slovensku bol významný z hľadiska nárastu počtu obchodných centier, kedy ich počet v SR stúpol na 53. Nastáva pohyb malých a stredných podnikov do obchodných centier z dôvodu koncentrácie spotrebiteľského dopytu v týchto nových nákupných centrách (Bratislava – Eurovea, Žilina – Aupark a Mirage).“ [11]*

## 2.2 Základné pojmy

### • Podnikanie

V obchodnom zákonníku (§ 2) definované ako „... sústavná činnosť vykonávaná samostatne podnikateľom vlastným menom a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku.“

V živnostenskom zákone č. 455/1991 Zb. (§ 2) nájdeme definíciu ako: „Živnosť je sústavná činnosť vykonávaná samostatne, vlastným menom, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok stanovených týmto zákonom.“

Pre správne pochopenie je treba doplniť vysvetlenie vedľajších pojmov, ktoré sú použité v definíciách:

- **sústavnosť** – činnosť je vykonávaná opakovane a pravidelne;

- **samostatnosť** – ak je podnikateľom fyzická osoba, jedná osobne; právnická osoba jedná prostredníctvom svojho štatutárneho orgánu;
- **vlastné meno** – právne úkony vykonáva podnikateľ fyzická osoba svojím menom a priezviskom, právnická osoba pod svojím názvom (obchodnou firmou);
- **vlastná zodpovednosť** – podnikateľ (fyzická i právnická osoba) nesie všetko riziko za výsledky svojej činnosti;
- **dosiahnutie zisku** – činnosť musí byť vykonávaná s úmyslom dosiahnuť;

Známe sú rôzne typy podnikanie. Niektorí si zvolia podnikanie za svoj životný štýl, čiže podnikanie ako životný štýl. Iní podnikatelia volia zdržanlivý typ alebo naopak podnikanie s potenciálom vysokého rastu a taktiež to môže byť nádejné aj revolučné podnikanie.

S podnikaním sa spája aj pojem **podnikateľské riziko**. Je neoddeliteľnou súčasťou každej podnikateľskej činnosti. Výška a pravdepodobnosť výskytu rizika sa odzrkadľuje podľa konkrétnej aktivity podnikateľa. Pri rizikovejšom obchode podnikateľ podstupuje väčšie obavy a strach z neúspechu, ale očakáva aj podstatne vyšší výnos ako pri porovnateľnej investícii s omnoho nižším rizikom.

## • Podnikavosť

Je univerzálna podnikateľská cnosť. Je to vnútorná schopnosť človeka byť v správny čas na správnom mieste a presadzovať nové biznis myšlienky. Až 95% manažérov si myslí, že podnikavosť je nevyhnutná na dosiahnutie cieľov a 89% z nich tvrdí, že sa podnikateľsky správa. Z toho vyplýva, že fenomén podnikavosti je vo svete prioritou.

Čo na základne podnikavosti dosiahnete, prinesie do vášho podniku priamy úžitok.  
[19]

## • Podnikateľ

Osoba, venujúca sa sústavnej ekonomickej činnosti. Podľa slovenského obchodného zákonníka je podnikateľ definovaný ako:

- osoba zapísaná v obchodnom registri;
- osoba podnikajúca na základe živnostenského oprávnenia;

- osoba podnikajúca podľa zvláštnych predpisov na základe iného oprávnenia;
- fyzická osoba, ktorá prevádzkuje poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa zvláštného predpisu;

Podnikateľom je fyzická osoba, tak ako aj právnická osoba, ale za podnikateľa môžeme brať aj verejnú obchodnú spoločnosť, družstvo, spoločnosť s ručením obmedzeným, akciovú spoločnosť atď. A týmto okamžikom nastal rozdiel pri definovaní, pretože sa stratil spoločný menovateľ pre podnikateľa z právneho a ekonomického hľadiska.

## • Podnik

Podnik je základné označenie pre subjekty vykonávajúce podnikateľskú činnosť. Rozumie sa aj ako súbor hmotných, nehmotných a osobných zložiek podnikania. Osobnou zložkou podnikania chápeme (kvalifikáciu zamestnancov, ich skúsenosti a iné). K podniku patria aj práva a iné majetkové hodnoty (obchodné meno, povesť podniku, postavenie na trhu, know-how a pod.). [7]

Podnik môže byť definovaný z rôzneho hľadiska, ako napríklad:

- **Najobecnejšie** je vyjadrený ako subjekt, v ktorom prebieha premena vstupov (výrobných faktorov) na výstupy (produkty výroby).
- **Obsiahlejšie** je podnik chápaný ako ekonomicky a právne samostatná jednotka, ktorá pôsobí za účelom podnikania. Ekonomickou samostatnosťou sa myslí zodpovednosť za výsledky podnikania a právnu samostatnosť rozumieme možnosť podniku vstupovať do právnych vzťahov, z ktorých vyplývajú príslušné práva a povinnosti.
- **Právne** je podnik definovaný ako súbor zložiek podnikania, vid' definíciu podniku vyššie. [7]

Pri definícii podniku môžeme spomenúť pojem prevádzkareň, ktorým sa rozumie priestor, v ktorom sa uskutočňuje podnikateľská činnosť a ktorú budeme presnejšie definovať v inej kapitole tohto dokumentu.



- **Obchodný majetok**

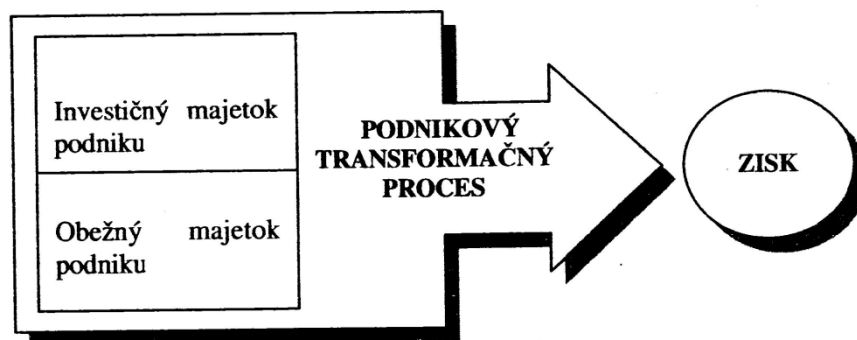
Rozumie sa ako súhrn majetkových hodnôt. Môžu to byť (vecí, pohľadávky, práva a iné peniazmi ocenené hodnoty), ktoré podnikateľ vykazuje vo svojom vlastníctve a sú určené alebo slúžia na jeho podnikanie. Majetkovým právom rozumieme napríklad patenty na vynálezy a inými ocenenými hodnotami môže byť know - how atď.

Obchodným majetkom sú hlavne aktíva zachytené v účtovej evidencii podnikateľa, či už hmotné veci, pohľadávky alebo iné majetkové práva, ktoré môžu byť kryté z vlastných alebo cudzích zdrojov. Patrí sem taktiež hodnota nehmotných práv bez ohľadu na to, či sú účtovne evidované, alebo nie.

Obchodný majetok, týkajúci sa vecí a pohľadávok, je u podnikateľov – fyzických osôb oddelený pomocou účtovníctva. Pri právnickej osobe sa obchodný majetok kryje s celým majetkom podnikateľa. Obchodný zákonník používa pojem obchodné imanie na rozdiel od obchodného majetku. Rozumie sa ním celý súbor aktív a záväzkov, ktorý vznikol v rámci podnikania. Používa sa pri splynutí, zlúčení, rozdelení alebo premene obchodných spoločností, pri príležitosti zrušenia spoločnosti bez toho, aby muselo dôjsť k majetkovej likvidácii zrušenej organizácie. Obchodné imanie potom prechádza na právneho nástupcu ako súbor aktív a pasív v doterajšom stave. [7]

V záujme podniku je rozčleniť majetok do skupín, ktoré umožnia jeho podrobnejšie sledovanie a hodnotenie. Základné členenie podľa povahy majetku je na majetok dlhodobý (odpisovaný) a majetok krátkodobý (obežný).

**Obr. 2.1 Základne členenie podnikového majetku [6]**



- **Odpisovaný majetok (investičný)**

- dlhodobý hmotný majetok;
- dlhodobý nehmotný majetok;
- dlhodobý finančný majetok (finančné investície);

- **Obežný majetok**

- zásoby;
- nedokončená výroba a polotovary;
- výrobky vlastnej výroby;
- pohľadávky;
- finančný majetok;
- ostatné aktíva;

- **Obchodné meno**

Obchodným menom je názov, pod ktorým podnikateľ prevádzkuje svoje podnikateľské činnosti. Pre túto úpravu je charakteristická pravdivosť a nezameniteľnosť.

Obchodným menom fyzickej osoby je jej meno a priezvisko, ktoré môže obsahovať dodatok odlišujúci osobu podnikateľa alebo druh podnikania.

Obchodným menom obchodných spoločností a družstiev je ich názov, pod ktorým sú zapísané v obchodnom registri. Platí to aj pre podnikateľov, ktorí sa zapisujú do obchodného registra na základe osobitného zákona. Súčasťou všetkých právnických osôb je súčasťou mena aj dodatok, ktorý označuje ich právnu formu (napr. v.o.s., spol s r.o., a.s., a pod.). Obchodné meno právnických osôb, ktoré sa nezapisujú do obchodného registra, je názov, pod ktorým boli zriadené.

Obchodné meno sa musí používať v plnom znení ako celok, jeho právo je majetkovej povahy a patrí medzi absolútne práva podnikateľa. [7]

## **2.3 Právne formy podnikania**

Voľba právnej formy podnikania je jeden z prvých a veľmi dôležitých krokov predtým, ako začneme s podnikateľskými činnosťami. Volí sa na základe počtu spoločníkov, výšky počiatočných vkladov a spôsobu ručenia za záväzky. Táto voľba nie je nezvratná, ale pretransformovanie na inú formu prináša zbytočné náklady a komplikácie. Preto je rozumné uvážiť, ktorú variantu zvolíme. Podnikať je možné dvoma spôsobmi:

- fyzická osoba zapísaná do obchodného registra alebo na základe živnostenského oprávnenia alebo iného oprávnenia podľa osobitných predpisov;

- právnická osoba, ktorá podniká ako obchodná spoločnosť, družstvo, nadácia alebo združenie; [6]

### 2.3.1 Podnikanie fyzických osôb

Je podnikanie fyzickej osoby na základe živnostenského oprávnenia zapísanej alebo nezapísanej v obchodnom registri, iného ako živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov alebo fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu, tzv. samostatne hospodáriaci roľníci.

#### • Živnosť

Živnosť je podnikom jednotlivca a môžeme ju definovať ako sústavnú činnosť prevádzkovanú samostatne na vlastné meno, vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok ustanovených živnostenským zákonom. [8]

Pri podnikaní fyzických osôb sa stretneme so skratkou SZČO – samostatne zárobková činná osoba. Táto skratka sa bude vyskytovať v zákonoch o dani z príjmu, sociálnom zabezpečení a zdravotnom poistení fyzickej osoby, ktorá má príjem z podnikania alebo inej samostatne zárobkovej činnosti. Fyzická osoba musí získať živnostenské alebo iné oprávnenie k prevádzkovaniu podnikateľskej činnosti. Preto je nutné zistiť do akej skupiny živnosti bude patriť činnosť, ktorú chceme vykonávať. Podľa potreby odbornej spôsobilosti delíme živnosti na:

#### • Ohlasovacie živnosti

Patria sem živnosti, ktoré je možné prevádzkovať na základe všeobecných alebo odborných spôsobilosti ihneď po ohlásení a sú osvedčené výpisom z registra trestov.

Delia sa na:

##### ○ Voľné

Nie je pri nich stanovená podmienka získania spôsobilosti a má 80 oborov. Podnikateľ si vyberie zo zoznamu tie činnosti, ktoré budú prevádzkovať. Napríklad: výroba nápojov.

- **Remeselné**

Pre ich získanie je potrebný jeden z nasledujúcich faktorov: vzdelanie v príslušnom obore, prípadne obore príbuznom + prax. Napríklad: pohostinská činnosť a výroba hotových jedál pre výdajne.

- **Viazané**

Pre povolenie prevádzkovania tejto živnosti je potrebné preukázať odbornú spôsobilosť, ktorá je stanovená v prílohe živnostenského zákona. Napríklad: prevádzkovanie cestovnej agentúry.

- **Koncesované živnosti**

Sú živnosti, ktoré sa môžu začať prevádzkovať až po získaní povolenia – koncesie. Odborná spôsobilosť pri tomto type živnosti je daná osobitnými predpismi. Napríklad: preprava zbraní a streliva.

Ďalší druh delenia živnosti je podľa predmetu činnosti. Delíme na:

- Výrobné živnosti
- Obchodné živnosti
- Živnosti služieb

- **Podmienky založenia živnosti**

Pre udelenie živnosti, teda povolenia podnikat' fyzickej osobe je nutné splniť určité podmienky, ktoré sú dané zákonom. Jedná sa o všeobecné zákonné podmienky a osobitné zákonné podmienky. Splňanie všeobecných a osobitných podmienok je stanovené na základe druhu živnosti.

- **Všeobecné zákonné podmienky**

- vek 18 rokov a viac;
- spôsobilosť k právnym úkonom;
- bezúhonnosť vo vzťahu k predmetu podnikania;

- **Osobitné zákonné podmienky**

- odborná spôsobilosť;
- iná spôsobilosť, ak to zákon vyžaduje;

## Ohlásenie živnosti

Sa vykonáva na základe formulára pre fyzickú alebo právnickú osobu, ktorý sa predkladá pri zakladaní živnosti na živnostenskom úrade. Toto tlačivo obsahuje príslušné náležitosti, a to:

- osobné údaje,
- obchodné meno, alebo meno a priezvisko u fyzickej osoby,
- predmet alebo predmety podnikania,
- miesto podnikania, resp. miesto pobytu,
- miesto prevádzkarne,
- dobu ukončenia podnikania,
- deň začatia prevádzkovania živnosti, ak začne neskôr ako ohlásenie živnosti,
- osobné údaje zodpovedného zástupcu, ak bol stanovený.

### 2.3.2 Kroky podnikateľa po vydaní živnostenského listu

Po prijatí živnostenského listu je podnikateľ povinný urobiť sériu krokov, ktoré zahrňujú:

- **Daňový úrad**

Registrácia na daňovom úrade kvôli plateniu daní. Napr. dani z príjmov – do 30 dní od vydania oprávnenia. Daňový úrad vydá osvedčenie o registrácii, priradí daňové identifikačné číslo (DIČ), pri fyzickej osobe sa DIČ zhoduje s rodným číslom osoby. Daňová povinnosť vzniká dňom prebrania príjmov a daňové priznanie je povinnosť podať do 31. Marca po uplynutí príslušného zdaňovacieho obdobia – roka.

- **Sociálna poisťovňa**

Voči sociálnej poisťovni vzniká oznamovacia povinnosť do 8 dní od vzniku oprávnenia na prevádzkovanie podnikateľskej činnosti, ak zamestnáva iné osoby, taktiež platí oznamovacia povinnosť do 8 dní od vzniku oprávnenia.

Odvody poisťného mesačne a mesačné výkazy a do 28. Februára povinnosť predložiť sociálnej poisťovni tlačivo: „Údaje na účely vedenia evidenčného listu dôchodkového zabezpečenia zamestnancov malých závodov.“

- **Zdravotná poisťovňa**

Oznamovacia povinnosť do 8 dní od vzniku živnostenského oprávnenia a rovnaká oznamovacia povinnosť platí i pre zamestnancov. Odvod poisťného a mesačné výkazy a do 30. júna bežného roka je SZČO (samostatne zárobkovo činná osoba) povinná predložiť sociálnej a zdravotnej poisťovni: „Výpis z priznania k dani z príjmov.“

- **Zloženie bežného účtu**

- Zmluva o bežnom účte v banke,
- podpisový vzor.

- **Prijímanie zamestnancov** (v zmysle Zákonníka práce)

- Hlavný pracovný pomer,
- vedľajší pracovný pomer,
- zákonné poistenie.

- **Účtovníctvo živnosti**

- **Otváranie účtovných kníh**

- Peňažný denník,
- kniha pohľadávok a záväzkov,
- pokladničná kniha,
- inventárna kniha a inventárna karta hmotného a nehmotného majetku,
- kniha sociálneho fondu (Sociálny fond – zákon č. 152/1994 Zb.).

- **Mzdová evidencia**

- Mzdové listy,
- výplatné listiny. [8]

### 2.3.3 Podnikanie právnických osôb

Je podnikanie právnickej osoby zapísanej v obchodnom registri a to ako obchodná spoločnosť alebo družstvo. Podnikanie právnickej osoby môžeme presnejšie rozdeliť na :

- **Obchodné spoločnosti**

- *Personálne*- sú spoločnosti, kde sa očakáva osobná účasť majiteľov na vedení firmy a väčšinou neobmedzené ručenie za záväzky spoločnosti. Patria sem:
  - verejná obchodná spoločnosť (v. o. s.),

- komanditná spoločnosť (k. s.).
- *Kapitálové*- pri tomto type spoločnosti je povinnosťou majiteľov iba vloženie základného kapitálu a ich ručenie za záväzky spoločnosti obmedzené alebo žiadne. Patria sem:
  - spoločnosť s ručením obmedzeným (s. r. o.),
  - akciová spoločnosť (a. s.).
- **Družstvá**

### **Spoločnosť s ručením obmedzeným (s. r. o.)**

Sa radí medzi kapitálové spoločnosti aj napriek tomu, že javí známky osobnej (personálnej) spoločnosti. Kapitálový charakter je daný hlavne tým, že spoločnosť povinne vytvára základný majetok spoločnosti, ktorý tvoria vklady spoločníkov a ustanovenia zákona o minimálnej výške vkladu spoločníka ale aj výšku celkového základného kapitálu spol. s r. o.

Spoločnosť zodpovedá za svoje záväzky celým svojím majetkom a v záujme ochrany veriteľov zákon ustanovuje zásadu, v ktorej každý spoločník ručí za záväzky spoločnosti len do výšky svojho vkladu zapísaného v obchodnom registri.

Minimálna výška základného kapitálu je v sume 5000 €, ale maximálne je neobmedzená a minimálny vklad jedného spoločníka je vo výške 750 €. Pri jednom majiteľovi musí byť vklad splatený v plnej výške a pri viacerých spoločníkoch musí každý splatiť aspoň 30% svojho vkladu pred založením spoločnosti a minimálna čiastka splatená pred založením s. r. o. viacerými spoločníkmi je 50% z celkovej výšky zákonom stanovenej hodnoty základného kapitálu. Splatnosť vkladom je najneskôr do 5 rokov.

Zakladateľom môže byť jedna alebo viac osôb a nezáleží či je to osoba fyzická alebo právnická. Najviac majiteľov (fyzických a právnických osôb) môže byť podľa zákona najviac päťdesiat.

Spoločnosť je povinná vytvárať rezervný fond a ak tak nespravila už pri založení, tak je povinná vytvoriť ho zo zisku vykazovaného pri ročnej účtovej závierke. Výška fondu musí byť minimálne 5% zo zisku, avšak nie viac ako 10% základného imania a spoločnosť je povinná ho každoročne dopĺňať o stanovenú sumu.

Zakladateľským dokumentom je zakladateľská listina v prípade jedného zakladajúceho alebo spoločenská zmluva, kedy spoločnosť zakladajú viacerý spoločníci. A orgánmi spoločnosti je valná hromada, jednatel', ktorý je štatutárnym orgánom a spoločenská zmluva.

### **Výhody:**

- spoločnosť ručí za svoje záväzky, ale spoločníci iba do výšky svojho nesplateného vkladu,
- majetok s. r. o. je úplne oddelený od majetku spoločníkov,
- pomerne nízky počiatočný základný kapitál.

### **Nevýhody:**

- náročnejšia administratíva (je treba spoločnosť zapísať do obchodného registra),
- nutné vloženie a splatenie základného kapitálu.
- „dvojité zdanenie“, zisk spoločnosti je zdaňovaný daňou z príjmu právnických osôb a vyplácaný podiel spoločníkov je ešte zdaňovaný zrážkovou daňou.

### **Akciová spoločnosť (a. s.)**

Je to kapitálová spoločnosť a jej cieľom je podnikat' za účelom dosiahnutia finančného zisku. V obchodnom zákonníku sa pripúšťa aj výnimka, ktorá povoľuje založenie akciovej spoločnosti v nezárobkovej povaha ako napríklad kultúrna spoločnosť, divadlo, atď. Charakteristický pre akciovú spoločnosť, je majetok rozdelený na určitý počet podielov, účastín, akcií, ktoré majú svoju menovitú hodnotu. Obchodný podiel v akciovej spoločnosti, čiže akcia ako cenný papier by mala v zmysle právnej úpravy obsahovať obchodné meno spoločnosti, jej sídlo, menovitú hodnotu, označenie a druh akcie, výšku základného imania a počet všetkých akcií spoločnosti pri vydaní akcie, dátum vydania a podpisy dvoch členov predstavenstva oprávnených podpisovať sa za spoločnosť.

Založiť takúto spoločnosť môžu minimálne dve fyzické osoby alebo jedna právnická, avšak maximálny počet vlastníkov akciovej spoločnosti nie je zákonom určený. Obchodný zákonník povoľuje dva spôsoby založenia akciovej spoločnosti:

- jednorazové, t.j. bez výzvy na upisovanie akcií. V tomto prípade sa zakladatelia dohodnú, že v určitom pomere splatia celé základné imanie.
- postupné, t.j. s výzvou na upisovanie akcií. V takomto prípade zakladatelia zabezpečujú základné imanie prevyšujúce ich vklady výzvou na upisovanie akcií.



Akciová spoločnosť ručí za svoje záväzky celým svojím majetkom, akcionári za dlhy spoločnosti neručia, ich povinnosťou je splatiť hodnotu upísaných akcií a to aspoň 30% menovitej hodnoty akcie pred založením spoločnosti.

Aj akciová spoločnosť musí vytvárať rezervné fondy a to vo výške najmenej 20% zo zisku, avšak nie viac ako 10% základného imania spoločnosti. Hlavným orgánom spoločnosti je valná hromada, ďalej štatutárne orgány ako predstavenstvo, dozorná rada a spoločenská zmluva. A zakladateľským dokumentom je ustanovujúce valné zhromaždenie, zakladajúca zmluva alebo listina vo forme notárskeho zápisu.

#### **Výhody:**

- akcionár neručí za záväzky akciovej spoločnosti,
- nie je stanovený maximálny počet akcionárov,
- existuje nezávisle od vlastníkov a manažmentu.

#### **Nevýhody:**

- vysoké základné imanie,
- náročná administratíva a riadenia spoločnosti,
- povinnosť mať účtovnú závierku overenú audítorom.

#### **Verejná obchodná spoločnosť (v. o. s.)**

Je typickým príkladom osobnej spoločnosti v ktorej sú spoločníci oprávnení alebo aj povinní sa osobne podieľať na riadení spoločnosti a ručia za jej záväzky celým svojím majetkom. Tento typ spoločnosti je združením podnikateľov (fyzické aj právnické osoby) za účelom vykonávania podnikateľskej činnosti pod spoločným obchodným menom. Spoločnosť má právnu subjektivitu a je založená spoločenskou zmluvou, ktorá musí obsahovať aspoň:

- obchodné meno a sídlo spoločnosti,
- obchodné meno a sídlo (bydlisko) spoločníkov,
- predmet podnikania spoločnosti.

Návrh na zápis v. o. s. do obchodného registra podpisujú všetci spoločníci.

Spoločnosť môžu založiť minimálne 2 fyzické alebo 2 právnické osoby alebo ich kombinácia. Maximálny počet spoločníkov nie je určený. Základný kapitál nie je tvorení, čiže nie je určená ani jeho minimálna alebo maximálna výška. Pokiaľ sa zakladatelia dohodnú na

vytvorení základného imania, tak čiastky a doba splatenia sú uvedené v spoločenskej zmluve.

Orgánom spoločnosti sú spoločníci alebo aj spoločenská zmluva a zakladateľský dokument je písomná spoločenská zmluva s úradne overeným podpisom.

**Výhody:**

- nie je potrebné základné imanie,
- jednoduché založenie a riadenie.

**Nevýhody:**

- spoločníci ručia celým svojím majetkom,
- minimálne dvaja spoločníci.

**Komanditná spoločnosť (k. s.)**

Je právnická osoba založená za účelom podnikania a dosiahnutia zisku. Komanditná spoločnosť je prechodom od osobných spoločností ku kapitálovým. Tento fakt je odvodený od charakteristiky spoločníkov, keďže spoločnosť musia založiť minimálne dve osoby (ako fyzické tak aj právnické), kde jeden spoločník je komplementár a za záväzky spoločnosti ručí celým svojím majetkom a druhým je komanditista, ktorý ručí iba do výšky jeho nesplateného vkladu do spoločnosti, zapísaného v obchodnom registri a jeho minimálna hodnota je 250 €.

Spoločnosť vzniká zápisom do obchodného registra, ktorý podpisujú všetci spoločníci, aj keď v mene spoločnosti môžu jednať iba komplementári, ktorí sú zároveň aj štatutárnym orgánom, pokiaľ nie je v spoločenskej zmluve uvedené inak.

Komanditisti majú zo zákona slabú pozíciu pri ovplyvňovaní chodu spoločnosti, čo vyplýva z ich kapitálovej a nie osobnej účasti. Majú právo nahliadať do účtovných kníh a vyžiadať si rovnopis ročnej účtovnej závierky.

Štatutárne orgány komanditnej spoločnosti vykonávajú navonok jej vôľu a ich úkony sú úkonmi tejto právnickej osoby. V ostatných záležitostiach komplementári aj komanditisti rozhodujú spoločne väčšinovým hlasovaním, kde každý spoločník má jeden hlas, ak spoločenská zmluva neurčuje iný počet hlasov.

**Výhody:**

- možnosť zvýšenia potrebného kapitálu v porovnaní s v. o. s.,
- lepšia úverová spôsobilosť.

### **Nevýhody:**

- podobné nevýhody ako pri v. o. s.,
- delenie zisku medzi komplementárov a komanditistov je zložité.

### **Družstvo**

Družstvo je neuzatvorené spoločenstvo osôb, založené predovšetkým za účelom podnikania a prostredníctvom podnikania na zabezpečovanie hospodárskych, sociálnych a iných potrieb svojich členov. Ide o spojenie viacerých osôb a jeho výsledkom je nová právnická osoba.

Družstvo ručí za svoje záväzky celým svojím majetkom, naopak spoločníci neručia za „spoločenstvo“ žiadnym dielom svojho majetku. Jeho minimálne základné imanie je vo výške 1250 €, ktoré do družstva vkladajú jeho spoločníci. Družstvo je neuzatvorené spoločenstvo, čiže má neobmedzený počet členov, čo však neplatí, ak sa jedná o špeciálny druh, tzv. malé družstvo, ktoré má menej ako 50 členov.

Družstvo môže založiť minimálne 5 fyzických osôb alebo 2 právnické osoby na základe konania ustanovujúcej schôdze družstva. Na tejto schôdzi sú oprávnené hlasovať osoby, ktoré podali prihlášku do družstva a musia prerokovať a schváliť:

- zapisované základné imanie najmenej 1250€,
- schváliť stanovy,
- zvoliť predstavenstvo a kontrolnú komisiu.

Ustanovujúca schôdza družstva vedie k jeho založeniu, ak sa uchádzači o členstvo dohodli a zaviazali vložiť určené sumy do základného kapitálu. Tieto vklady musia vložiť do 15 dní od konania schôdze. Družstvo vzniká zápisom do obchodného registra a pred podaním žiadosti na zápis, ktoré podpisujú všetci členovia musí byť splatená aspoň polovica dohodnutých vkladov.

Družstvo je povinné pri vzniku založiť nedeliteľný fond vo výške minimálne 10% zo základného kapitálu a je povinné ho každoročne doplňovať o 10% z čistého zisku až kým nadobudne polovicu hodnoty základného imania. Stanovy môžu určiť že sa vytvára nedeliteľný fond alebo iné zabezpečovacie fondy.

Medzi orgány družstva patrí členská schôdza, ktorá je najvyšším orgánom a jej sú podriadené ďalšie, a to predstavenstvo a kontrolná komisia. Do orgánov spoločnosti môžu byť

volené iba fyzické osoby, ktoré sú členmi družstva a sú staršie ako 18 rokov. Volení môžu byť zo zákona na funkčné obdobie 5 rokov s právom opätovnej voľby.

**Výhody:**

- dobrovoľnosť vstupu a výstupu,
- neobmedzený počet členov,
- členovia neručia za záväzky družstva.

**Nevýhody:**

- minimálne 5 fyzických alebo 2 právnické osoby pri založení,
- tvrdý zákaz konkurencie. [7]

## **2.4 Životný cyklus podniku**

Životný cyklus podniku ako spoločenského systému sa výrazne nelíši od iných „otvorených“ systémov schopných uskutočňovať zmeny alebo reagovať na zmeny v priebehu svojho života.

### **2.4.1 Základné fázy životného cyklu podniku**

- fáza vzniku podniku
- fáza rastu podniku
- fáza zrelosti podniku
- fáza ústupu podniku
- 

#### **Fáza vzniku podniku**

Je východisková (tzv. prenatálna) fáza, ktorá zahŕňa vznik myšlienky alebo vízie. Pokračuje krokmi ujasňovania a upresňovania predstáv ako aj jednaniami s kľúčovými subjektmi. Koniec tejto fázy je začiatkom realizovania myšlienok, teda založením nového podnikateľského subjektu.

#### **Fáza rastu podniku**

Je prvotnou fázou skutočnej existencie podniku v ktorej môžeme rozlíšiť 2 etapy. Prvou je etapa rozbehu a druhou etapa rozvoja a vyzrievania.

V *etape rozbehu* sa podnik zoznamuje so základnými činnosťami, nadväzuje prvé

kontakty a získava potrebné skúsenosti. V tejto fáze môžu podnik zaskočiť aj tie najtriviálnejšie prekážky a problémy, ako napríklad technologické postupy, organizácia výroby, marketing či dodržiavanie legislatívy. Tento časový úsek je pre podnik veľmi dôležitý a nie málo podnikov neprežije prvý, resp. druhý rok svojho života, t.j. svoj „predškolský vek“.

Nasleduje **etapa rozvoja** a vyzrievania v ktorej ide hlavne o zvládnutie základných funkcií, zaradenie sa do súťaže s ostatnými podnikmi, resp. s konkurenciou. Podnik by mal v tejto etape naplňovať stanovené ciele a predstavy, ktoré si stanovil pri vzniku. Cestou dosiahnutia cieľov je predovšetkým zdokonaľovanie manažmentu, výroby, marketingu, vývoja, logistiky a pod. Touto cestou by podnik mal ísť a vybudovať si silné konkurenčné výhody, dobré meno, povesť a samozrejme zaujať popredné pozície v odvetví.

Mnohé podniky, ktoré nezvládnu túto etapu začínajú zaostávať a postupne strácajú silu a schopnosť udržať sa v súťaži. Preto sa pre ne táto fáza stáva osudná a ukončujú svoju činnosť.

### **Fáza zrelosti podniku**

Je fázou výkonnosti a úspešnosti podniku, ktoré si vybudoval a ktoré pramenia z vybudovaných konkurenčných výhod, dobrého mena a z významných pozícií na trhu. Podnik si užíva dlhodobého zisku, zaužívaných technológií a celkovo stereotyp, pretože je spokojný. Avšak toto obdobie je ako stvorené pre tzv. „zaspatie na vavrínoch“ a tým šancu pre konkurenciu, aby zozbierala sily a nečakane zaútočila. Aby podnik predišiel útoku a vytlačeniu z trhu, musí neustále uprednostňovať zodpovedný prístup, každodennú svedomitú prácu, neustále zdokonaľovanie svojich schopností, udržanie si mena a pozície. Tieto faktory mu môžu zabezpečiť relatívne dlhú etapu zrelosti, výkonnosti a úspešnosti.

### **Fáza ústupu podniku**

Starnutie podniku sa prejavuje spomaľovaním rastu a stagnáciou, ale prechod podniku do fázy ústupu začne až zahájením postupného znižovania výkonnosti. Vo fáze ústupu rozlišujeme niekoľko etáp.

**Etapa krízy**– objavuje sa oslabenie podniku a strata schopnosti. Táto etapa je dôsledkom podceňovania a nedostatočnej reakcie na zmeny a signály krízy.

**Etapa liečenia** – v tejto etape je potrebné začať liečiť a riešiť zanedbané príznaky, čo si vyžaduje zásadné zmeny, veľkú námahu, finančnú injekciu a podporu od zainteresovaných subjektov. Vzniknuté krízové stavy je teda možné riešiť, alebo ich nechať sa ďalej prehĺbovať

a rozširovať.

Ak sa manažment rozhodne krízu riešiť a podnik vyliečiť, existuje k tomu cesta niekoľkými spôsobmi:

*Revitalizácia (oživenie)* – navrátenie funkčnosti základným funkciám podniku.

*Regenerácia (ozdravenie)* – zdokonalenie výkonu základných funkcií podniku.

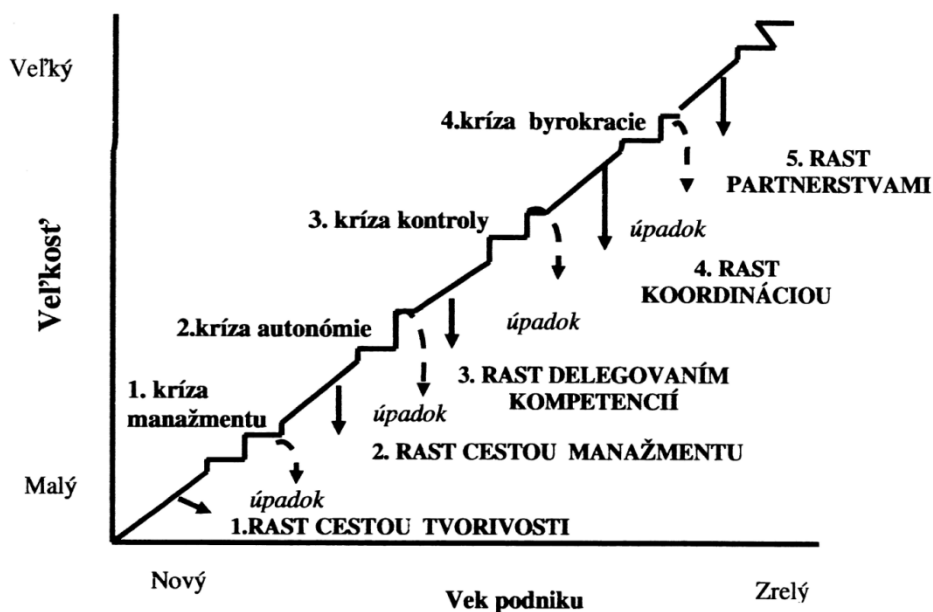
*Reštrukturalizácia (štruktúrne zmeny v podniku)* – interné zmeny v podniku.

*Diverzifikácia (zmena zamerania podniku)* – prechod k ďalším podnikateľským aktivitám.

**Etapa zániku** – je konečnou etapou života podniku, v ktorej sa nachádza z dôsledku neriešenia krízových stavov, prehlbovania a rozširovania kríz a neschopnosti tieto problémy riešiť. V tejto fáze sa výkonnosť a účinnosť podniku pohybuje na nulovej úrovni, čiže oživenie podniku v tejto situácii je skôr výnimkou ako možnou realitou. Ak sa k ozdraveniu podniku pristúpi, tak väčšinou sa spoločnosť postihnutá krízou po „ozdravujúcom zákroku“ javí ako iná, nová firma, a to nielen z ekonomického, ale i právneho hľadiska. [6]

## 2.4.2 Krízové situácie v priebehu životného cyklu podniku

Obr. 2.2 Životný cyklus podniku a možné krízy [6]



Na grafe sú dve osi, na vertikálnej je veľkosť podniku a na horizontálnej jeho vek. Krivka naznačuje postupný rast podniku s pribúdajúcim časom. Znárodné sú všetky základne etapy života podniku a aká kríza sa v nich najčastejšie vyskytuje.

Vo fáze vzniku je podnik riadený intuitívne, avšak s rastúcim charakterom sa toto riadenie stáva nedostatočným a môže nastať takzvaná kríza manažmentu a úpadok. Následné obnovenie funkčnosti po úpadku musí byť vedené cestou vytvorenia kvalitného manažmentu riadenia.

Podnik vo fáze rastu môže postihnúť problém autonómie a kompetencií na rôznych pozíciách vo firme. Túto krízu je potrebné riešiť delegovaním kompetencií aj na nižšie pozície, aby každý cítil zodpovednosť za svoje rozhodovanie a konanie.

Nasleduje etapa zrelosti, kedy je podnik stabilný a suverénny. Aj z týchto dôvodov sa často vyskytuje chyba a problém spojený s kontrolou. Ak sa podnik chce udržať na trhu, musí svoj ďalší rast realizovať pomocou koordinácie svojich činností.

Podnik na hrane zrelosti a ústupu môže zasiahnuť kríza byrokracie, ktorá je riešiteľná rastom partnerstvami, ak podnik chce pokračovať vo výkonnosti a produktivite a nechce sa dostať do ústupu a úpadku.

## **2.5 Podnikateľský plán – teoretické poznatky**

Jedným z prvých krokov pri začiatku podnikania by malo byť zostavenie podnikateľského plánu – dokumentu, ktorý podrobne slovami a číslami definuje obchodný zámer spoločnosti. Môže ísť o úplne nový podnik, ako aj o rozšírenie alebo zmenu zamerania už existujúceho podniku. Hlavnou úlohou podnikateľského zámeru je presvedčiť sponzorov o výhodnosti myšlienky a taktiež je pomôckou pri plánovaní a monitorovaní priebehu podnikania.

Mali by ho zostavovať ľudia, ktorí zakladajú firmu, poprípade s pomocou účtovníka a cieľom podnikateľského plánu je:

- preniesť myšlienky na papier,
- získať finančné prostriedky,
- monitorovať projekt. [4]

### **2.5.1 Zásady pre vypracovanie podnikateľského plánu**

Podnikateľský plán by mal byť spracovaný podľa určitých zásad, pretože každý kto s ním príde do kontaktu, ocení ak bez výraznejších problémov pochopí jeho obsah

a myšlienky. Hlavnou úlohou podnikateľského zámeru je upútať a osloviť a preto je nutné aby bol:

***Inovatívny*** – musí dokázať, že produkty a služby v rámci tohto plánu budú schopné lepšie uspokojiť zákazníka ako ponuka konkurencie.

***Zrozumiteľný a stručný*** – pri prezentovaní plánu sa vyjadrujeme stručne a jasne, nepoužívame zbytočne rozvinuté vety, ktoré obsahujú viacero myšlienok. Obsiahnuté musia byť všetky rozhodujúce fakty, ale musíme dbať na celkový rozsah, pretože je dôležité aby bol primerane stručný.

***Logický a prehľadný*** –myšlienky a skutočnosti musia na seba logicky nadväzovať, nesmú si odporovať a musia byť podložené faktami. Pre lepšiu prehľadnosť plánu sa odporúča použiť rôzne grafy a tabuľky.

***Pravdivý a reálny*** – údaje zahrnuté v podnikateľskom pláne musia byť pravdivé a reálne dosiahnuteľné pri samotnom plnení cieľov.

***Rešpektujúci rizika*** – podnikateľský zámer je vyjadrením blízkej budúcnosti a zohľadnenie rizík a návrhov na ich riešenie veľmi zvyšuje jeho dôveryhodnosť. [9]

## **2.5.2 Štruktúra podnikateľského plánu**

V súčasnosti neexistuje právna úprava toho ako by mal podnikateľský plán vypadať, čiže nižšie uvedená štruktúra bude iba čisto orientačná a budú spomenuté iba najdôležitejšie časti podnikateľského zámeru.

### **Zhrnutie**

Na jeho začiatku by malo byť uvedené pre koho je podnikateľský plán určený a aká je jeho hlavná úloha. Zhrnutie nie je chápané ako úvod do podnikateľského zámeru, ale ako stručný obsah toho, čo sa nachádza na nasledujúcich stránkach v podrobnejšej verzii. Po prečítaní zhrnutia sa musí v čitateľovi prejavíť záujem a zvedavosť ohľadom ďalších informácií a podrobností. Zhrnutie nemá daný presný počet strán, rozsah sa odvíja aj od charakteru spoločnosti, ale hlavný problém je v tom, ako nahustiť veľké množstvo dôležitých informácií na relatívne malý rozsah.

### **Popis projektu**

Podnikateľský zámer daného projektu je úspešný iba vtedy, ak prinesie úžitok pre zákazníka. V silnej konkurencii aká existuje v terajšom čase, je ťažké prísť s novým



produktom alebo službou ktorá bude lepšia ako ponuka konkurencie, ale práve taký musí byť náš výrobok alebo služba aby sme prerazili na trhu. Musíme vyzdvihnúť silné stránky našej ponuky a zdôrazniť prečo by zákazníci mali nakupovať u nás. Aby sme s niečím takým mohli prísť, musíme dôkladne poznať našu konkurenciu, na aké trhy sa chceme orientovať a kto sú naši zákazníci. Následne preukážeme kvalitu produktov, služieb a doložíme, že všetko je v súlade s existujúcou legislatívou.

### **Informácie o firme**

V tejto kapitole sa čitateľ dozvie základné informácie ohľadom samotnej firmy, čím je myslená právna forma, kto bude plán realizovať, podrobnosti ako určité dátumy, sídlo, majitelia a taktiež motivácia k založeniu.

### **Popis produktu (výrobky, služby, riešenia)**

V tejto časti podnikateľského plánu sa popisuje výrobok alebo poskytované služby danej firmy. Začína sa popisom výrobku alebo služby, ktorý prináša najväčší zisk a potom nasledujú ostatné produkty programu. Popis by sa mal týkať údajov, ktoré sú významné pre zákazníka a môžu ho ovplyvniť pri výbere. Je dobré sa zmieniť o základných funkciách, ale nie je vhodné zachádzať do technologických postupov a do prílišných podrobností, pretože čitateľ často nie je odborník v danom obore podnikateľského zámeru. Preto sa zmienime o technologických parametroch iba zbežne a vo väčšej miere zdôraznime podstatné rysy.

Pre zvýraznenie konkurencieschopnosti produktu môžeme porovnať výhody a nevýhody s konkurenciou, načrtnúť ceny a iné porovnateľné faktory.

### **Okolie firmy**

Veľmi podstatné je poznať okolie v ktorom sa chystá firma podnikat', preto by malo byť popísané v podnikateľskom pláne a tým dokázané, že ho naozaj poznáme a dokážeme využiť v náš prospech. Jedná sa o makroprostredie, ktorého faktory (politické, ekonomické, sociálne, kultúrne) sú mimo dosah nášho ovplyvňovania a o mikroprostredie, ktorého najvýznamnejšie faktory sú konkurencia a zákazníci na ktoré máme výrazný vplyv.

### **Marketing a predaj**

Je veľmi dôležitá časť, ktorá sa dotýka úspechu každej firmy. Jej cieľom je ukázať ako dostať náš produkt k zákazníkovi. Dobré zvládnutý marketing a následný predaj je základom pre úspešný štart a ďalší rozvoj, preto je potrebná kvalitná marketingová koncepcia.

Marketing by sme nemali brať iba ako reklamu a iné aktivity na získanie kupujúceho, ale ako nástroj, ktorý pomáha riešiť situáciu v tržnom prostredí, kde sa prebytok konkurentov

snaží získať na svoju stranu nedostatok zákazníkov. V kvalitnom marketingovom pláne nesmú chýbať jasne stanovené marketingové ciele, ktoré máme v záujme splniť a taktiež správna cenová politika, ktorej súčasťou sú všetky rozhodnutia a aktivity spojené s tým, čo firma získa za svoj výrobok alebo službu.

Predaj je spojený s trhom, tj. plánovanie obratu, predaja, distribúcie a všetkým čo podporuje posun smerom k zákazníkovi. Ani ten najlepší výrobok alebo služba sa nepredá sama, preto treba mať stanovený jasný program predaja a propagačných kampaní. Voľba akým spôsobom sa produkty budú dostávať k zákazníkovi nie je vôbec ľahká, treba zvážiť účinnosť a náklady každej cesty a až potom zvoliť distribučnú cestu.

### **Finančný plán**

Je vyjadrenie predchádzajúcich častí podnikateľského plánu, ale v číselných hodnotách. Ukazuje reálnosť konkrétneho plánu z ekonomického hľadiska. Medzi výstupy finančného plánu patri napríklad rozvaha, plán nákladov a výnosov, plánový výkaz zisku a straty, rôzne rozpočty, peňažné toky, rozvaha atď. Výstupy finančného plánu musia byť reálne, čiže podložené skutočnými podkladmi, tzn. musia byť spracované na základe čiastkových plánov (napr. predaj), ktoré sú navzájom prepojené.

Pre doloženie pozitívneho vývoja finančnej situácie firmy je možné doložiť finančnú analýzu podloženú na základe pomerových finančných ukazovateľov. Radia sa medzi ne hlavne ukazovatele rentability, likvidity, aktivity a zadlženosti. Rentabilita ukazuje schopnosť firmy tvoriť zisk a násobiť vložený kapitál, likvidita informuje o schopnosti splácať krátkodobé záväzky v dohodnutý termín, aktivita zobrazuje mieru využitia zložiek kapitálu a zadlženosť informuje o dlhodobej stabilite firmy. Taktiež je vhodné vypočítať bod zvratu, tj. určiť minimálne množstvo produkcie, pri ktorej sa tržby budú rovnať nákladom, čiže firma nebude v zisku ani strate.

Ak projekt vyžaduje cudzie zdroje, tak uvedieme ich presnú výšku, dobu za ktorú budú uhradené a podmienky za ktorých budú čerpané.

### **Prílohy**

V prílohách je možné doložiť dokumenty ako sú napr. výpis z obchodného registra, životopisy a fotografie kľúčových osôb firmy, obrázky produktov alebo priestorov, výsledky prieskumov, technologické schémy produktov, referencie významných osobností, dôležité zmluvy, certifikáty a iné. [2]

### **3. Založenie spoločnosti**

Táto praktická časť práce sa zameria na založenie konkrétnej spoločnosti s využitím nadobudnutých vedomostí ohľadom spoločnosti a jej založenia, ktoré sú stručne zhrnuté v teoretickej časti. Spoločnosť bude založená dvoma dlhoročnými známymi a teda budúcimi „business“ partnermi. Spoločnosť sa bude zaoberať pohostinstvom a výrobou hotových jedál. Táto oblasť bola vybraná pre dlhoročné trávenie mladosti budúcich majiteľov v podobných zariadeniach, čím sa to stalo zároveň aj ich koníčkom. Nechceme, ale predsa navštevovaním robili dlhoročných prieskum, kde zaznamenávali a prediskutovali rôzne nedostatky, ktorým by sa chceli vo svojom podniku vyvarovať. Založenie dvoma spoločníkmi bolo pre rozloženie kompetencií a povinností a zároveň pre zníženie počiatočného vkladu na jednu osobu. Ďalší z dôvodov je možná neprítomnosť alebo neschopnosť jedného zo spoločníkov a v tom prípade môže byť plne nahradený v jednaní za spoločný podnik. Založenie je zdĺhavý náročný proces, ktorý sa kvôli rôznym faktorom môže predĺžiť. Patria sem úradne hodiny vybraných inštitúcií, nevedomosť pri vyplňovaní formulárov potrebných k založeniu spoločnosti a ich následne zamietnutie a vrátenie na prerobenie, čo ak nestihneme v požadovaný termín, tak nieže sa nám to časovo predĺži, ale aj finančne predraží kvôli opätovnému plateniu poplatkov. A samozrejme mnoho iného.

Spoločnosť začne vykonávať svoju činnosť 1.1.2013 pod názvom Moto Pub Harley, s.r.o., pričom všetky potrebné dokumenty k založeniu spoločnosti sú súčasťou príloh. Firma bude založená za účelom poskytovania kvalitných reštauračných a pohostinných služieb ako organizovania rôznych akcií a osláv vo svojich vyhradených priestoroch.

Spoločnosť musí pre založenie podstúpiť nasledovné kroky:

#### **3.1 Spísanie spoločenskej zmluvy**

Spoločenská zmluva je uzatvorená a podpísaná oboma spoločníkmi za prítomnosti notára dňa 2.7.2012. V spoločenskej zmluve sa uvádza názov, sídlo a predmet podnikania firmy, tj. Moto Pub Harley so sídlom na ulici Palarikovej 159 v Čadci, ďalej, že spoločníkmi a prvými konateľmi spoločnosti sú Miloš Beleščák a Tomáš Kucharčík, ktorí sa zaviazali do 14 dní splatiť základný kapitál v celkovej hodnote 5000 eur rovným dielom. Správcom vkladu bol určený Tomáš Kucharčík, ktorý musí napísať vyhlásenia v akej výške prevzal vklady od spoločníkov a súčasťou je taktiež ustanovenie konateľov do funkcie, ktoré slúži zároveň ako

podpisový vzor konateľov, ktoré sú k dispozícii spolu so spoločenskou zmluvou v prílohách ako prílohy č.1, 2 a 3. V zmysle spoločenskej zmluvy Moto Pub Harley bol menovaný do funkcie štatutárneho orgánu – konateľa Miloš B., čiže koná samostatne v mene spoločnosti a pri právnych úkonoch vykonávaných písomnou formou pripojí k obchodnému menu spoločnosti svoj podpis.

Keďže sa pri spoločnosti Moto Pub Harley jedná o prevádzkovanie činnosti, ktorá je radená medzi remeselné živnosti, čiže je potrebný výučný list v danom obore alebo obore príbuznom + prax, je potrebný zodpovedný zástupca. Túto úlohu plní druhý spoločník firmy, menom Tomáš Kucharčík, ktorý je v obore vyučený a spĺňa požadované podmienky, aby mohla spoločnosť vykonávať svoju činnosť.

V klasickej spoločenskej zmluve by nemala chýbať aj plánovaná doba podnikateľskej činnosti, to znamená či je firma zakladaná na dobu určitú alebo neurčitú, ďalej o orgánoch spoločnosti a ich kompetenciách, právach a povinnostiach spoločníkov a pod.

### **3.2 Získanie živnostenského oprávnenia s. r. o**

Registráciu na živnostenskom úrade (ŽU) pre spoločnosť Moto Pub Harley vybavuje Miloš B., jej konateľ, ktorý žiada o udelenie živnostenského oprávnenia, na základe ktorého mu bude povolená podnikateľská činnosť v mene spoločnosti. Toto oprávnenie sa vystavuje pre konateľa spoločnosti, ktorý žiada o vydanie oprávnenie o živnostenskom osvedčení (OŽO) na predmety činnosti podnikania, ktoré bude spoločnosť vykonávať. Miesto živnostenského úradu, kde sa podáva žiadosť sa určuje podľa sídla spoločnosti, v našom prípade teda za spoločnosť Moto Pub Harley so sídlom v Čadci, konateľ musí predložiť žiadosť na živnostenskom úrade, ktorý sa nachádza na ulici Palarikovej 91, 02201 Čadca. K žiadosti o oprávnenie k živnostenskému osvedčeniu treba doložiť nasledujúce dokumenty:

- formulár pre právnickú osobu;
- spoločenskú zmluvu s úradne overenými podpismi;
- doklad o sídle spoločnosti –list vlastníctva a súhlas majiteľa nehnuteľnosti s užívaním nehnuteľnosti;
- kolky: poplatky za živnosť podľa počtu predmetov podnikania (3€ za živnosť voľnú a 16,5€ za živnosť remeselnú alebo koncesovanú);
- výpis z registra trestov bezplatne zabezpečí živnostenský úrad na základe súhlasu konateľa vybavujúceho OŽO;

Keď sú splnené všetky podmienky a dokumenty sú správne vyplnené, konateľovi je do 5 pracovných dní vydané osvedčenie o živnostenskom oprávnení (OŽO). Po získaní OŽO konateľ vyhotoví dve fotokópie.

### **3.3 Splatenie základného vkladu**

Skôr ako podáme návrh na zápis do obchodného registra (OR) musia byť splatené základné vklady spoločníkov do spoločnosti, lebo k návrhu sa prikladá prehlásenie správcu vkladov alebo potvrdenie z banky o zložení vkladu do základného imania. Vklad musí činiť minimálne 5000€ a tvoria ho peňažné aj nepeňažne vklady. V prípade jedného spoločníka musí byť vklad splatený v plnej výške pred návrhom na zápis do obchodného registra a pri viacerých spoločníkoch musí každý vložiť aspoň 30% svojho vkladu, avšak minimálna hodnota splatených peňažných vkladov a vložených nepeňažných vkladov musí činiť aspoň 50% hodnoty zo zákonom stanovenej výšky základného imania. Zvyšok je treba splatiť do piatich rokov ak spoločenská zmluva neprikazuje inak, ale minimálny vklad jedného spoločníka musí činiť aspoň 750€.

V našom prípade bol dňa 9.7.2012 splatený základný kapitál v plnej výške 5000€ od obidvoch spoločníkov v rovnomernej výške, čiže 2500€ na osobu. Na základe splatenia bolo vyhotovené správcom vkladov Tomášom K. prehlásenie správcu vkladov, ktoré nájdeme v prílohách ako prílohu č 3.

### **3.4 Návrh na zápis do obchodného registra**

Po splatení základného imania môžeme pristúpiť k zápisu spoločnosti do obchodného registra. So správne vyplnenými formulármi, ktoré môžeme získať osobne na obchodnom súde alebo si ich stiahnuť zo stránky ministerstva spravodlivosti: [www.justice.gov.sk](http://www.justice.gov.sk) a potrebnými dokumentmi konateľ podáva návrh na zápis do obchodného registra buď na okresnom súde mesta Čadca, teda na ulici 17. Novembra 1256, 02201 Čadca alebo na jednotnom kontaktnom mieste (JKM), ktoré prišlo do platnosti 1. júna 2010 a týmto miesto je príslušný živnostenský úrad, teda na ulici Palarikovej 91, 02201 Čadca.

K návrhu na zápis do obchodného registra treba predložiť:

- formulár pre návrh na zápis spoločnosti do OR s notárskym osvedčením podpisu konateľa;
- dve vyhotovenia spoločenskej zmluvy s úradne overenými podpismi spoločníkov;

- dve kópie osvedčenia o živnostenskom oprávnení – notársky overené;
- dve vyhotovenia vyhlásenia správcu vkladov o rozsahu splatenia vkladov spoločníkov;
- ustanovenie konateľa do funkcie – podpisový vzor konateľa;
- osvedčenie o sídle spoločnosti: súhlas vlastníka s užívaním nehnuteľnosti a list vlastníctva k danej nehnuteľnosti;
- kolky (súdny poplatok) v hodnote 331,50 €.

Konateľ toto všetko odovzdá na príslušnom mieste, kde mu vydajú potvrdenie o prijatí návrhu na zápis spoločnosti do OR. Obchodný súd rozhodne o zapísaní spoločnosti do OR v zákonom danej lehote do pracovných 5 dní, ktoré začínajú plynúť nasledujúcim dňom od podania návrhu na zápis do OR. Ak všetko prebehlo v poriadku, tak obchodný súd vystaví potvrdenie o vykonaní zápisu a bude vydaný výpis z obchodného registra (ktorý je použiteľný na právne úkony). Dokumenty si príde žiadateľ vyzdvihnúť osobne alebo mu budú zaslané poštou. Súčasťou je pridelené IČO (identifikačné číslo spoločnosti).

### **3.5 Registrácia na daňovom úrade**

Registráciu je možné uskutočniť dvoma spôsobmi:

prvým z nich je, že ak sa spoločnosť registruje iba k dani z príjmu právnických osôb, môže priamo živnostenský úrad (JKM) splniť oznamovaciu povinnosť voči daňovému úradu (DÚ). Pre takýto spôsob sa rozhodla aj spoločnosť Moto Pub Harley, ktorá to uviedla vo formulári pre právnickú osobu na ohlásenie živnosti. Spoločnosť by mala získať do 30 dní desaťmiestné daňové identifikačné číslo (ďalej „DIČ“). Pri zriadení podnikateľského účtu, je spoločnosť povinná o tejto skutočnosti okamžite informovať DÚ.

Druhým spôsobom je, že konateľ musí osobne registrovať spoločnosť na daňovom úrade do 30 dní od vzniku spoločnosti (spoločnosť vzniká v deň zápisu do obchodného registra) a oznámiť všetky relevantné skutočnosti ako (vytvorenie podnikateľského účtu a pod.).

Ak pri vykonávaní podnikateľskej činnosti dôjde k zmenám skutočnosti, ktoré daňový úrad eviduje o spoločnosti, je nutné takúto zmenu nahlásiť na DÚ do 15 dní. Predovšetkým ak zanikne spoločnosti daňová povinnosť pri niektorej z daní, otvorenie alebo zrušenie bankového účtu, zmene sídla spoločnosti alebo zmene štatutárnych orgánov atď.

Po úspešnom absolvovaní spomínaných krokom ohľadom založenia s. r. o. je spoločnosť Moto Pub Harley pripravená vykonávať podnikateľskú činnosť pre ktorú sa rozhodla a pre ktorú podstupovala konkrétne náležitosti. [16]

#### 4. Podnikateľský plán

# *MOTO PUB HARLEY, s. r. o.*



## PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

<b>Názov organizácie:</b>	Moto Pub Harley
<b>Oblasť podnikania:</b>	Pohostinské a stravovacie služby
<b>Sídlo organizácie:</b>	Palarikova 159, 02201 Čadca
<b>Prevádzkareň organizácie:</b>	Palarikova 159, 02201 Čadca
<b>Zodpovedné osoby:</b>	Miloš Beleščák, Tomáš Kucharčík
<b>Kontakt:</b>	0900 123 456
<b>Webová adresa:</b>	<a href="http://www.harleypubcadca.sk">www.harleypubcadca.sk</a>



Podnikateľský plán spoločnosti Moto Pub Harley, s. r. o. je dokument, ktorý obsahuje základné ciele a vízie podniku, ako aj myšlienky a spôsoby na ich dosiahnutie. Základným účelom je mať reálne podklady, aby sa dal pozorovať a merať vývoj podniku a zároveň porovnávať finančný stav, tým pádom zistiť či je podnik v strate alebo v zisku.

Súčasťou sú základné finančné informácie ohľadom nákladov na rôzne odvetvia, ako napr. (marketing, zásoby, prevádzkové náklady atď) a predpokladaných výnosov, ktoré firma očakáva za svoje pôsobenie.

Informácie obsiahnuté v podnikateľskom pláne sú súkromné a preto žiadame čitateľov o diskretnosť.

## **4.1 Zhrnutie**

Firma Moto Pub Harley, s. r. o. bude založená dvoma spoločníkmi, menom: Miloš Beleščák a Tomáš Kucharčík, ktorí sa dohodli na splatení základného imania vo výške 5000 € rovným dielom 2500 € na osobu.

Sídlom a zároveň prevádzkarňou spoločnosti je budova patriaca Lukášovi Majchrakovi, ktorú si firma prenajíma. Dané sídlo je situované popri hlavnom ťahu zo smeru Českej Republiky a Poľska, čo je z pohľadu marketingu a získania zákazníkov veľké plus. V rámci marketingu budú realizované rôzne aktivity ako bilbordová, internetová ale aj osobná propagácia. Spoločnosť zamýšľa pôsobiť v oblasti reštauračných a pohostinských služieb a to konkrétne v poskytovaní kvalitných jedál hlavne v štýle domácej kuchyne, osviežujúcich a lahodných alko – nealko nápojov a v uskutočňovaní rôznych akcií a zábav. Svoju kvalitu a úspech vidíme v službách a kvalite na profesionálnej úrovni, ktoré v dnešnej dobe zákazník ocení a je ochotný za úroveň aj patrične zaplatiť. Kvalitu vidíme u overených dodávateľov, kvalifikovanom a príjemnom personále a otvorenom prístupe k pripomienkam a vylepšeniam zo strany našich zákazníkov.

Cieľom firmy do budúcnosti je vybudovanie si postavenia kvalitného a popredného konkurenta v oblasti jej pôsobenia a schopnosti zanechať v povedomí klientely pozitívny a príjemný pocit, ktorý ich k nám opätovne priláka, z čoho bude plynúť aj finančné uspokojenie firmy.

Počiatkový vklad 5000 € nie je postačujúci na kvalitný začiatok a prežitie prvých ťažkých chvíľ, preto spoločnosť zvolí financovanie externým zdrojom v podobne úveru.

## 4.2 Popis projektu (cieľ)

Hlavným cieľom projektu je prispieť k rozšíreniu stravovacích služieb, mototuristiky a večernej zábavy v regióne Kysúc.

Tento región prechádza v súčasnom období prudkým rozvojom turistického ruchu, najmä pokiaľ sa týka zimných lyžiarskych športov. Dynamicky sa buduje rekreačné stredisko Veľká Rača v obci Oščadnica a pomalšie, ale isto sa modernizujú aj iné obdobné zariadenia v regióne. Veľká Rača je lídrom v rozvoji cestovného ruchu na Kysuciach, ktorý so sebou prináša multiplikačný efekt – turisti získavajú informácie a prejavujú záujem aj o iné miestne rekreačné strediská a pozoruhodnosti. Tento efekt prináša mierne pozitívne trendy aj čo sa týka celoročnej turistiky – známymi sa začínajú stávať možnosti vidieckej turistiky (jazda na koňoch, cykloturistika, geologické pozoruhodnosti, skanzen a ďalšie atrakcie a podujatia v regióne). Ponuka stravovacích služieb je, dá sa povedať, klasická. Dala by sa rozdeliť na tri druhy – stravovacie zariadenia, reštaurácie penzióny s ponukou stravovania. Tento projekt sa snaží o zaujatie všetkých skupín zákazníkov, ale chce pozdvihnúť mototuristiku a vytvoriť jednu zo zastávok pre domácich aj zahraničných motorkárov, ktorých v poslednej dobe rapídne pribúda.

Autori a realizátori tohto projektu vychádzajú z vyhodnotenia vlastných možností, schopností a skúseností. Zároveň sa snažia o pochopenie slabých miest v ponuke služieb v regióne Kysúc, vyplnenie medzery a zaujatie miesta na trhu. Keďže zariadenie podobných vlastností nie je, je dobrý predpoklad na prilákanie tak domácej, ako aj zahraničnej klientely.

### 4.2.1 Odôvodnenie

Cieľom je aj podporiť rast a výkon malých a stredných podnikateľov v rôznych oblastiach podnikania, tým že uvidia nárast turistov, ktorí volia Čadcu ako jednu zo zastávok a to im dodá odvalu začať podnikat' a poskytovať služby a produkty rôzneho typu.

Z hľadiska priorít sa tento projekt snaží o naplnenie nasledovných priorít:

**Prít'azlivost'** – ponúka produkt, okrem stravovacích služieb možnosť celodennej a večernej zábavy.

**Medzery v ponuke** – zariadenie obdobného typu v regióne Kysúc nie je, takže sa zaplní medzera a priláka sa ďalšia skupinka zákazníkov a nadšencov.

**Regionálny rozvoj** – ako bolo uvedené cestovný ruch v súčasnom období na Kysuciach nabral na dynamike a tento projekt je príspevkom k tomu, aby sa dostatočne rozvinul potenciál regiónu.

### 4.3 Informácie o firme

Firma Moto Pub Harley si vybrala spoločnosť s ručením obmedzeným ako právnu formu svojho podnikania, lebo je priaznivá z pohľadu počiatkových nákladov ako aj administratívnej stránky. Svoju činnosť zakladá na remeselnej živnosti: pohostinská činnosť a výroba hotových jedál pre výdajne. Plánovaný začiatok prevádzky sa odhaduje na 1. 9. 2011, kedy bude slávnostné otvorenie podporené zábavou a istým druhom zábavy. Samozrejmosťou bude občerstvenie pre zúčastnených na účet podniku.

Prevádzkareň je situovaná v príjemnej oblasti popri rieke Kysuca, čo umožňuje pokojné a relaxačné posedenie v letných mesiacoch. Výhodou je, že v daných priestoroch do nedávna fungovala podobná prevádzka a preto sa nám výrazne znížia náklady spojené s vybavením a začiatkom činnosti. Palarikova 159, 02201 Čadca je presná adresa spoločnosti a zároveň prevádzkarne, ktorej majitelia sú Miloš Beleščák a Tomáš Kucharčík. Priestory firmy sú dostatočné veľké vzhľadom na štvorcové metre, čo umožňuje nielen stravovanie a posedenie pri rôznych drinkoch, ale aj realizáciu osláv a slávnosti všetkých druhov, ma ktorých chce spoločnosť okrem iného profitovať.

Pre poskytovanie kvalitných služieb, produktov a celkového fungovania má firma dohodnutých popredných dodávateľov z okolia. Vzdialenosť týchto partnerov je maximálne 30km, kvôli úspore nákladov týkajúcich sa distribúcie tovaru.

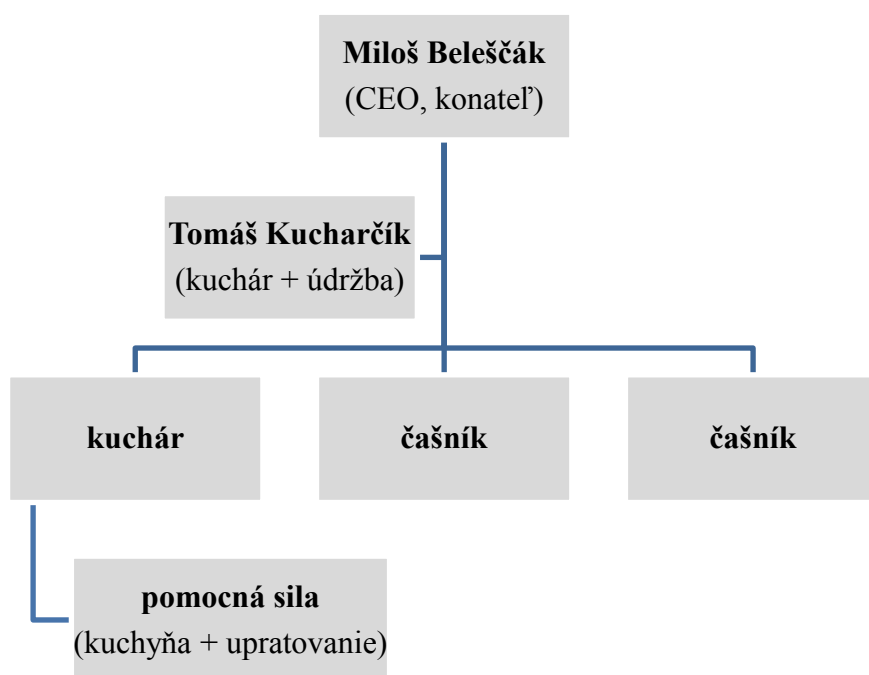
### 4.4 Organizačná štruktúra

Je množina prvkov a vzťahov medzi nimi. Konkrétnym prvkom je ucelená časť organizácie. Pri tvorbe organizačných štruktúr sa riešia dva základné problémy:

**Organizačná diferenciácia činnosti** – vertikálne členenie znamená vertikálnu deľbu práce, vytvára hierarchiu a počet úrovni riadenia. Čiže celková úloha sa rozčlení a každý útvar sa stáva zodpovedný za svoju pridelenú časť procesu.

**Organizačná integrácia činnosti** – je proces, ktorý usiluje o jednotu podsystémov organizácie pri plnení jej celkovej úlohy. Horizontálna deľba práce súvisí s rozpätím riadenia, čiže s počtom pracovníkov podriadených jednému vedúcemu.

**Obr. 4.1: Organizačná štruktúra spoločnosti Moto Pub Harley, s. r. o.:**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Vedenie spoločnosti, náplň práce jednotlivých zamestnancov a zodpovednosť sa osobitné časti firmy bude podľa organizačnej štruktúry nasledovné:

**Miloš Beleščák** – spoločník a riaditeľ spoločnosti, zodpovedný za riadne fungovanie potrebných procesov a obchodných vzťahov, ako napríklad distribúcia potrebných surovín a vybavenia. Ďalej preberá zodpovednosť za manažment, marketing a administratívu všetkých druhov a vykonáva funkciu konateľa spoločnosti.

**Tomáš Kucharčík** – spoločník a zároveň hlavný kuchár spoločnosti Moto Pub Harley. Zodpovedá za vedenie kuchyne a prípravu jedál, je priamym nadriadeným ostatných zamestnancov, spravuje spoločnosťou užívané priestory a má na starosti kontakt so zákazníkmi.

**Kuchár** – je ďalším kuchárom v kuchyni, je podriadený hlavnému kuchárovi a riadi sa jeho nariadeniami.

**Pomocná sila** - plní úlohu pomocnej sily v kuchyni pri príprave jedál a zároveň preberá zodpovednosť za udržiavanie riadnej čistoty v kuchyni a celom objekte, ktorá je pri danom type prevádzky nesmierne dôležitá a potrebná z hygienických dôvodov.

**Čašník**– jeho náplňou je svedomitý, seriózny a profesionálny prístup k zákazníkovi a práci samotnej, z čoho musí vyplynúť spokojnosť hostí. Zodpovednosťou v tejto funkcii je finančná stránka, ktorá sa týka prijímania finančných prostriedkov za skonzumovaný tovar. Zamestnanci do tejto pozície sú dôkladne vyberaní oboma spoločníkmi, lebo si zakladáme na predpísanom bontóne a etikete.

Jedná sa o líniovú organizačnú štruktúru, je najstaršou známou štruktúrou riadenia podniku, dodržiava sa princíp podriadenosti nižších útvarov jedinému zodpovednému vedúcemu. Tento typ sa používa iba v malých podnikoch s počtom maximálne do 30 pracovníkov.

## **4.5 Popis produktu (výrobky, služby, riešenia)**

Ponúkane produkty a služby, je jasné, už aj podľa informácií uvedených vyššie, že sú z reštauračného a pohostinského prostredia. Jedná sa o vlastné pripravované jedlá ako menu a distribučný predaj rôznych iných pochutín a nápojov.

### **4.5.1 Ponúkané jedlá**

Nami ponúkané jedlá sú orientované hlavne na domácu Kysuckú kuchyňu, ako napríklad dobroty z Kysuckej zabíjačky, husacích hodov a iných, ktoré sa týždenne obmieňajú alebo si môžete vybrať z klasických reštauračných jedál, ktoré sa menia vždy podľa aktuálnej ponuky. Nájdete u nás bohatú ponuku studených šalátov, cestovín alebo zaženiete hlad obyčajnými hranolkami.

#### **Kysucká zabíjačka:**

- jaternice,
- kapustnica,
- ovarové koleno,
- domáce klobásky a iné.

#### **Husacie hody:**

- husacie a kačacie mäso,
- sladká a kyslá kapusta,
- lokše, zemiakové placky a iné.

Ak sa Vám nepozdávajú naše špeciality, stále máte na výber z klasických reštauračných jedál a príloh, studených šalátov a cestovín s rôznymi omáčkami.

V našom pláne je pripravovať a predávať jedlá v priebehu celého týždňa, pričom rátame s predajom minimálne 50 jedál denne počas pracovných a 70 jedál denne počas víkendu vďaka turistom. Je to reálna predstava a tržby, aj keď je to malé množstvo by mali byť uspokojujúce, pretože cena našich jedál je o niečo vyššia ako priemer v našom regióne a to z dôvodu prípravy špecialít a minútok, nie denného menu.

#### 4.5.2 Ponúkané nápoje

Ponúkanie nápojov a iných osviežujúcich drinkov je samozrejmosťou každého zariadenia podobného typu. Ide len o distribúciu predaja, nie o výrobu vlastných nápojov. Na výber sú alkoholické ako aj nealkoholické nápoje podľa ponuky dodávateľov.

**Tab. 4.2: Ponuka nápojov:**

Pivo	Víno	Alkohol	Nealko
Čapované:	<u>Biele</u>	<u>Destiláty</u>	<u>Minerálky</u>
<u>Svetlé</u>	suché	<u>Whisky</u>	perlivé
10 stupňové	polosladké	10 ročná	jemne perlivé
12 stupňové	<u>Červené</u>	12 ročná	neperlivé
<u>Tmavé</u>	suché	18 ročná	ochutené
11 stupňové	polosladké	<u>Brandy</u>	<u>Ovocné šťavy</u>
Fľaškové:	<u>Ružové</u>	<u>Rum</u>	podľa ponuky
10 stupňové	polosladké	biely	<u>Kofola</u>
12 stupňové	sladké	tmavý	čapovaná
nealkoholické	<u>Šampanské</u>	<u>Koňaky</u>	fľašková
	Suché		<u>a iné</u>
	Polosladké		
	sladké		

Zdroj: Vlastné spracovanie

#### 4.5.3 Služby a riešenia

Ako už bolo spomínané priestory spoločnosti Moto Pub Harley, s. r. o. sú dostatočne bohaté na rozlohu a priestor, presnejšie sa jedná o dve časti budovy, ktoré sú prepojené a ich rozloha je 200 a 80 metrov štvorcových, preto ponúka možnosť realizovania akcií a osláv

všetkých druhov. Plánované sú napríklad svadby, ukončenia rokov pre firmy, oslavy narodením alebo iných výročí s maximálnym počtom osôb 60. Pri realizácii akcií s vyšším počtom osôb ako 30 sú povolaní pomocní čašníci ako brigádnic, ktorým k výkonu práce postačuje hygienický preukaz. Odhadované akcie sú približne 1 až 3 za mesiac, čiže v priemere každý druhý týžden.

#### **Výber realizovaných akcií:**

- svadby,
- oslavy rôzneho typu,
- posedenia na počesť ukončenia roku,
- gulášovky a grilovačky,
- podľa vlastného výberu.

Ďalšou veľmi podstatnou prioritou pre nás, je realizovanie piatkových diskoték skôr pre mladšiu generáciu a sobotných posedení pri živej hudbe, ktorú si naopak vypočuje prednostnejšie staršia generácia. Samozrejme vstup na ktorúkoľvek zábavu nie je vekom obmedzený.

## **4.6 Okolie firmy**

Informácie týkajúce sa okolia firmy sú veľmi podstatné a ich znalosť je potrebná. Patria tu faktory a informácie mikro a makroprostredia.

### **4.6.1 Makroprostredie**

- **Inflácia** na Slovensku je pre rok 2012 podľa štatistického úradu 2%, čo je nárast oproti minulým rokom, kedy v roku 2010 bola 1% a v roku 2011 na úrovni 1,2%. Miera inflácie môže ovplyvniť zákazníka a znížiť jeho ochotu kupovať.
- **Sadzba dane z príjmov právnickej osoby** je v roku 2012 na úrovni 19%, daň z príjmu právnických osôb upravuje zákon č. 595/2003 Z.z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov.
- **Miera nezamestnanosti** na Slovensku je momentálne, čiže v roku 2012 okolo 11%. Na Kysuciach sa v určitom čase pohybovala na Slovenskom minime, čo bolo 8,3%. Tento fakt by mohol prispieť k pozitívnemu profitovaniu našej spoločnosti.

- **Priemerná mzda** na Slovensku pre rok 2012 bola štatistickým úradom stanovená na 854 € mesačne, paradoxom je, že minimálna mzda je len ani nie polovicou tejto čiastky, a to 327 € mesačne.
- Dôležité je neustále sledovanie vývoja a zmien v predpisoch, ako napríklad v živnostenskom a obchodnom zákonníku, daňových zákonoch alebo hygienických normách apod.
- Taktiež netreba zabúdať na hospodársku krízu, ktorej dôsledky ešte vôbec nie sú zanedbateľné. [13]

#### 4.6.2 Mikroprostredie

Popisuje faktory, ktoré ma možnosť spoločnosť svojím konaním ovplyvniť. Sú to zákazníci, dodávatelia a konkurencia.

##### **Zákazníci**

Podľa rôznych prieskumov Slovensko nie je cieľovou krajinou zahraničných turistov, ale vnímajú ho skôr ako krajinu cez ktorú prechádzajú, alebo ako jednu z krátkych zastávok na cestách po krajinách Strednej a Východnej Európy. Všeobecne je tento trend príznačný pre turistov zo vzdialenejších krajín. Ako príčina sa často uvádza nedostatok informácií o našej krajine. Často sa stretávame s tým, že turisti, ktorí prídu prvý krát na Slovensko sú očarení jeho prírodou, kultúrnymi pamiatkami a úrovňou ekonomického a sociálneho rozvoja. Iný je však ich názor však ich názor na doplnkové služby, zábavu, možnosti športovať či stravovať sa, ktoré považujú väčšinou za nedostatočné.

Iný je pohľad „klasických“ turistov z Čiech, Poľska, Maďarska a východnej časti Nemecka, ktorí tvoria základ turistickej klientely v rekreačných strediskách. Pre túto časť návštevníkov je Slovensko pomerne známou krajinou a väčšinou prichádzajú s konkrétnym cieľom a očakávaniami. Ponuka doplnkových služieb sa z roka na rok zlepšuje a tento projekt je zameraný na rovnaký cieľ – spestriť ponuku stravovacích služieb a zábavy.

**Danosti cestovného ruchu na Kysuciach a v okruhu 30 km:** Etnofilm Čadca, Paláriková Raková, Jašíkova Turzovka, Krónerov pohár Staškov, krytá plaváreň, tenisové dvorce, športový areál Turzovka s nafukovacou halou, rekreačná oblasť Veľká Rača (zimná i letná turistika, zimné športy, sedačkové lanovky, letný zábavný park), horské stredisko Husárik, Kysucký skanzen Nová Bystrica Vychylovka, miesto náboženských púti Živčáková, cykloturistické trasy, prírodný úkaz – kamenné gule Megoňky.



Samozrejme medzi podstatnú časť zákazníkov patria samotní obyvatelia Čadce a okolia, ktorí sa svojou opakovanou návštevou u nás stanú veľmi dôležitou súčasťou klientely.

### **Dodávatelia**

Suroviny a tovar sú nakupované iba u popredných dodávateľov, ktorí vedia zaručiť ich čerstvosť a kvalitu. A ako už bolo tiež spomenuté, tak sa pri výbere dbalo aj na vzdialenosť, kvôli úspore nákladov z distribúcie.

- **LIBEX, s. r. o.**  
Bytčianska 114, 010 03 Žilina
- **METRO Cash & Carry Slovakia s. r. o.**  
Prielohy 1, 010 07 Žilina
- **Radovan Šimo**  
Pod Skalkou, 010 03 Žilina – Považský Chlmec
- **JINEX, s. r. o.**  
M. Rázusa 15, 010 01 Žilina
- **BUKOV, s. r. o.**  
Horelica 109, 022 01 Čadca

Spomenuté firmy sú všetko veľkoobchody ponúkajúce široký sortiment potravín, nápojov, mäsa, ovocia a zeleniny a všetkého, čo je potreba pre riadne fungovanie nášho zariadenia. [14]

## **4.7 Konkurencia**

Stravovacie služby sú v regióne pomerne dobre rozvinuté v rôznych segmentoch – od rýchleho občerstvenia až po reštaurácie vyššej cenovej skupiny. Všeobecne sa dá konštatovať, že ich ponuka je štandardná a len málo z ponuky sa vymyká z bežného priemeru. V stravovaní sa bude dbať najmä na kvalitu a osobitosť menu, ktoré bude pozostávať hlavne z domácich špecialít. Výhodou z hľadiska turistickej klientely je dobrá poloha a možnosť zábavy ako „pridanej hodnoty“ k jedlu.

Aby malo zariadenie pevné postavenie v súťaži o podiel na trhu v danej lokalite, musí sa neustále zaoberať konkurenciou a tak zlepšovať a zdokonaľovať svoje služby.

V Čadci, okolí firmy Moto Pub Harley sa nachádzajú aj iné reštauračné zariadenia, ktoré môžu byť preň konkurenciou. Môžeme spomenúť nasledovné:

- **Slovanská reštaurácia** – zariadenie orientujúce sa na denné menu, jej prednosťou sú nízke ceny a vysoké množstvo pripravených jedál denne.
- **Medea** – reštaurácia s príjemným posedením a priestormi, vhodná pre pracovné a obchodné obedy a večere. Orientovaná na kvalitu a vyššie ceny.
- **Vanessa** – reštauračný podnik situovaný v obchodnom centre, ktorého konkurenčnou výhodou je práve jeho umiestnenie. Orientovaný na všetky cenové kategórie.
- **Máj** – zariadenie najviac podobné nášmu, ponúka stravovacie služby a večernú zábavu. Rozdielom je sú jeho obmedzené priestory a tým aj zúžená ponuka výberu rôznych aktivít a akcií.

## 4.8 Marketingový plán

V tejto časti podnikateľského plánu budú uvedené základné typy prezentácie firmy, ktorými sa bude chcieť zviditeľniť, čiže dostať do povedomia potenciálneho zákazníka.

### 4.8.1 Brand spoločnosti

Spoločnosť Moto Pub Harley bude patriť medzi reštauračné a pohostinské zariadenia s večernou zábavou. Hlad je jednou z fyziologických potrieb človeka a mnohokrát si chce pri dobrom jedle aj oddýchnuť. Túto možnosť chceme zákazníkovi ponúknuť útulným posedením pri príjemnej muzike a s vysoko kvalifikovaným personálom. Príjemné posedenie v pokojnej oblasti evokuje u človeka spokojnosť, ktorá je základom preto, aby sa zákazník k nám opätovne vrátil.

Už z názvu vyplýva, že priestory budú ladené do motorkárskeho štýlu, čo je zároveň koníčkom spoločníkov, ale bude zachovaná elegancia a príjemnosť priestorov. Logo firmy je taktiež symbol motorky, presnejšie typu harley davidson, ktoré bolo vytvorené vďaka počítačovým zručnostiam jedným zo spoločníkov. Logom je presne vystihnutá téma spoločnosti a bude slúžiť ako prvok reprezentácie podniku pri obchodných jednaniach a reklame. [17]

### 4.8.2 Distribučná stratégia

Kanály, ktorými firma pritiahne návštevníkov, priamo alebo sprostredkovane. Distribučná stratégia bude využívať všetky dostupné kanály marketingovej komunikácie: Priame – pútače, reklamné plagátky, inzercia v médiách, vlastná webb stránka a jej príbežná aktualizácia a napojenie na webb stránky špecializované na gastronómiu a zábavu. Nepriame

– bude sa využívať napojenie na organizácie, ktoré realizujú rôzne zájazdy, aby návštevu nášho zariadenia zaradili do svojho programu.

**Internetová reklama** – spočíva vo vytvorení webovej internetovej stránky s presným popisom ponúkaných produktov a služieb a s orientačnými cenami, ako aj aktuálne informácie o pripravovaných akciách. Webová stránka bude vytvorená externou firmou: „Webové stránky“ a jej aktualizácia bude uskutočňovaná už samotnými spoločníkmi firmy.

Ďalej vytvorenie profilov na sociálnych sieťach, ktoré sa v dnešnej dobe dostávajú na popredné miesto výmeny informácií medzi ľuďmi rôznych vekových kategórií. Na myslí máme hlavne sociálnu sieť Facebook.

**Bilbordy (pútače)** sú ďalším významným prvkom kvalitnej reklamy. Budú umiestnene popri hlavnom ťahu cesty smerom zo Žiliny až po Trinec a späť. Aktualizácie týchto pútačov nebude prebiehať, bude na nich uvedená presná adresa a orientačná vzdialenosť od miesta pútača s ilustračnou fotkou.

**Letáčky a aktuálna inzercia v regionálnych novinách** budú pripravované vždy určitý čas pred realizovanou akciou, aby zákazník stihol zaregistrovať správu a mohol na ňu adekvátne reagovať.

**Rozhlasová reklama** v krajskom rádiu Frontinus bude zaplatená na občasné pripomenutie firmy a príležitostné bonusové spoty pri konaní sa akcie, ktorú by sme chceli dostať do povedomia zákazníka.

#### 4.8.3 Stratégia marketingu a podpory predaja

Stratégia marketingu bude založená na týchto hlavných zásadách:

1. **Inovativnosť a flexibilita** – dôraz bude kladený aby zariadenia „žilo vlastný život“ a poriadalo rôzne akcie pre klientov a maximálne sa zapájalo do diania v regióne, vstupovalo do širšie koncipovaných akcií, podujatí a aktivít.
2. **Budovanie lojality** – dôležitým momentom v podpore predaja tovarov a služieb je budovanie lojality zákazníka. To je možné dosiahnuť najmä kvalitou poskytovaných služieb na ktorú sa bude klásť maximálny dôraz, rovnako ako na komunikáciu zameranú na zdôraznenie pozitívnych momentov podporujúcich tento prvok.
3. **Získavania nových zákazníkov** – rovnako ako lojalita zákazníkov je dôležité získavanie novej klientely. V tomto smere dôležitú úlohu budú zohrávať referencie

(spokojnosť zákazníkov) a využívanie všetkých dostupných marketingových kanálov.  
[5]

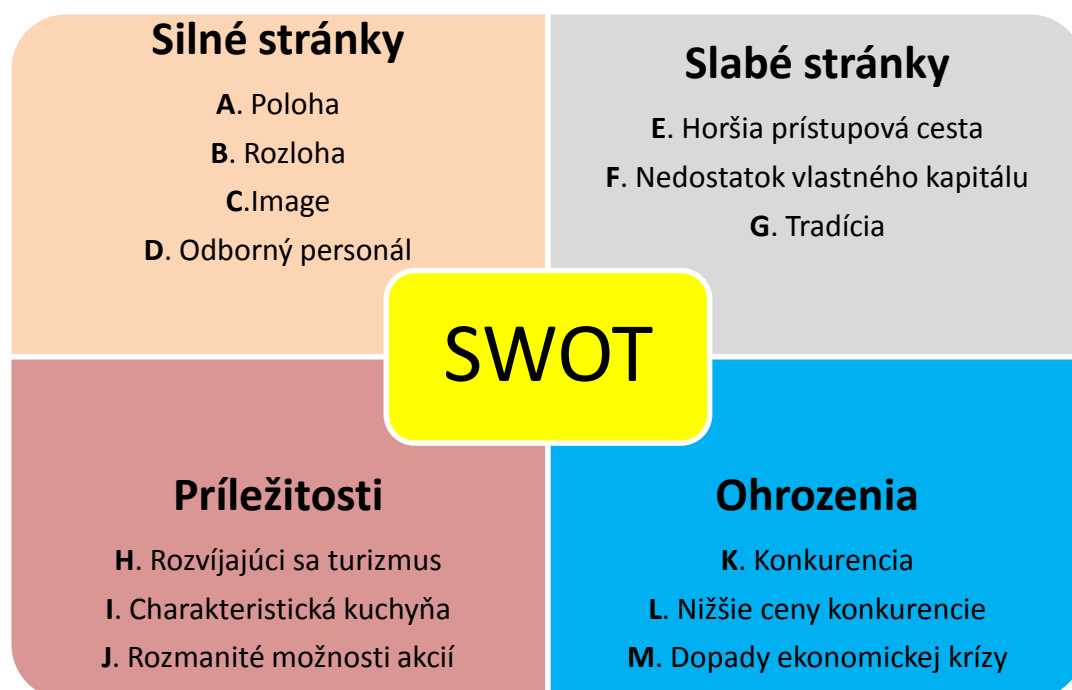
#### 4.8.4 Analýza rizík z hľadiska úspešnosti projektu

Riziká projektu sú skôr v širšom kontexte a to je klesajúci celkový počet poľských a českých turistov na Slovensku. Dôvodom je silnejúca koruna, určité opatrenia na podporu domácej turistiky v Poľsku a vyrovnávajúce sa cenové relácie na Slovensku s európskymi. Pozitívom v tomto riziku zatiaľ je skutočnosť, že pre blízkosť k cieľovým trhom turistická návštevnosť na Kysuciach neklesá – naopak má skôr rastúcu tendenciu.

#### 4.8.5 SWOT analýza

Poukazuje na silné a slabé stránky podniku a ďalej na príležitosti a ohrozenia v budúcom fungovaní prevádzky.

**Tab. 4.3: Faktory SWOT analýzy:**



Poloha, rozloha a image sú silné stránky spoločnosti, ktoré by sa mal snažiť a udržiavať. Odborný personál je silná stránka, ktorú by sa mala firma snažiť dostať do vyššieho kvadrantu a zdôrazňovať jeho dôležitosť.

Horšia prístupová cesta, tradícia a nedostatok vlastného kapitálu sú slabé stránky. Na prístupovej ceste a tradícií by mala firma intenzívne pracovať, aby posilnila ich pozíciu.

Charakteristická kuchyňa a rozmanité možnosti akcií sú výbornou príležitosťou firmy,

na ktorých by mala zakladať svoj úspech.

Konkurencia je najsilnejšia hrozba, ktorú musí spoločnosť neustále sledovať a snažiť sa eliminovať jej kroky proti nám. [1]

#### 4.8.6 Stratégia tvorby cien

Tvorba cien bude vychádzať z analýzy konkurencie a špecifik miestneho trhu. Na začiatku budú v tejto oblasti zohrávať dôležitú úlohu tzv. uvádzacie ceny. Neskôr sa stratégia zameria na ponúkajúce akciových cien na rôzne služby, či časti ponuky. Hlavným mottom stratégie tvorby cien bude – Kvalita za rozumnú cenu. Je celkom jasné, že turisti z cieľových trhov prichádzajú na Slovensko nie len pre dobré podmienky turistiky, ale aj pre vcelku nízke náklady na dovolenku. [9]

### 4.9 Finančný plán

#### 4.9.1 Základné imanie spoločnosti

Základný vkladný kapitál spoločnosti predstavujú vklady spoločníkov pri zakladaní spoločnosti v hodnote 5000 €. Keďže je jasné, že táto čiastka by nestačila na začiatok firmy a prvé mesiace, kedy ešte nevieme aký budeme dosahovať zisk, preto túto čiastku spolu s úverom od Slovenskej sporiteľne použijeme na zaplatenie zriaďovacích a prevádzkových nákladov.

#### 4.9.2 Náklady na reklamu

**Internetová stránka** - vytvorenie webovej stránky vo vybratej firme vychádza na 300 €, ďalej napojenie na gastronomické stránky odhadujeme približne na 100 €, ktoré sú jednorazové a pokrývajú zaradenie našej firmy medzi gastronomické spoločnosti, napríklad na servery (kamnaobed.sk, kamnapivo.sk a iné). Vytvorenie profilov na sociálnych sieťach je bezplatné, čiže táto forma prezentácie bude bez nákladová a taktiež bezplatné bude zaradenie do mestskej stránky mesta Čadca.

**Tab. 4.4: Rozpočet na online reklamu:**

Vytvorenie webovej stránky	300 €
Zaradenie spoločnosti na gastronomické servery	100 €
<b>Cena celkom</b>	<b>400 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Reklama formou tlače**, čiže vyhotovenie bilbordov, letáčikov a inzercie v regionálnych novinách pri zahájení spoločnosti je momentálne jednorazový náklad, ale s inzerciou a letáčikmi sa plánuje aj do budúcnosti a nato budú percentuálne vyčlenené zdroje zo zisku. Na veľkoplošnú tlač bude vyčlenených 2000 € a podľa toho sa prispôbime počtu a veľkosti pútačov, na vytlačenie letáčikov si firma vyhradí 500 € a inzerciu v novinách dá v rámci možnosti vyhotoviť za 200 €.

**Tab. 4.5: Rozpočet na mediálnu tlačovú reklamu:**

Veľkoplošná tlač- bilbordov (pútače)	2000 €
Vyhotovenie reklamných letákov	500 €
Inzercia v regionálnych novinách	200 €
<b>Cena celkom</b>	<b>2700 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Ďalšou formou reklamy je rozhlasová reklama v krajskom rádiu, z ktorej sa o našom podniku dozvedia ľudia z celého Žilinského kraja, nielen obyvatelia Kysúc. Jedná sa o rádio Frontinus a reklama bude vysielaná vo všetkých časových pásmach a to 2x denne po prvé 2 mesiace.

**Tab. 4.6: Cenník reklamných služieb rádia Forntinus:**

6:00 – 9:00	9:00 – 15:00	15:00 – 18:00	18:00 – 24:00
<b>33 €</b> (994,16 Sk) /spot	<b>27 €</b> (813,40 Sk) /spot	<b>23 €</b> (692,90 Sk) /spot	<b>17 €</b> (512,14 Sk) /spot

Zdroj: <http://www.frontinus.sk/reklama.php> [cit. 10.4.2012]

Naše 2 spoty denne zvolíme na 2 najlacnejšie obdobia a to jedno na poobedné hodiny za 23 € za spot, kedy sa ľudia obvykle nachádzajú v aute na ceste z práce a druhý na večerné hodiny za 17 € za spot, kedy sa s reklamou vysielanou v rádiu môžu stretnúť či už doma alebo v rôznych podnikoch.

**Tab. 4.7: Rozpočet na rozhlasovú reklamu:**

Časové pásmo 15:00 – 18:00	1x	23 €
Časové pásmo 18: 00 – 24:00	1x	17 €
Cena za spoty spolu		40€
Obdobie 2 mesiace (60 dní)		(40 x 60)
<b>Cena celkom</b>		<b>2400 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tab. 4.8: Celkové náklady na reklamu:**

Internetová reklama	300 €
Mediálna tlačová reklama	2700 €
Rozhlasová reklama	2400 €
<b>Cena za reklamu celkom</b>	<b>5400 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 4.1: Náklady na reklamu**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Spoločnosť si musí vymedziť 5400 € na reklamnú kampaň, aby dostala svoju novo otvorenú prevádzku do pozornosti potenciálnych zákazníkov.

### 4.9.3 Mzdové náklady

Spočívajú v odmene zamestnancov za ich výkon pre spoločnosť. V mzdových nákladoch sú zahrnuté čisté mzdy, odvody, ktoré tvoria 13,4% celkovej mzdy a bonusy.

**Tab. 4.9. Mzdové náklady:**

Riaditeľ	327 €
Hlavný kuchár	327 €
Kuchár	600 €
Pomocná sila	500 €
Čašník	400 €
Čašník	400 €
Odvody spolu	343 €
Bonusy	400 €
<b>Mzdové náklady celkom</b>	<b>3297 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 4.9.4 Prevádzkové náklady

Sú zložené z položiek, ktoré sú nevyhnutné pre fungovanie firmy a ktoré sú platené pravidelne v mesačných intervaloch.

**Tab. 4.10: Prevádzkové náklady:**

Internet	20 €
Telefón	15 €
Nájomné	1500 €
Energie	300 €
Pohonné hmoty	200 €
Iné	50 €
<b>Prevádzkové náklady celkom</b>	<b>2085 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 4.9.5 Materiálové (surovinové) náklady

Skladajú sa z výdavkov na mesačné nákupy surovín potrebných na prípravu jedál a nápojov, ktoré ponúkame.



**Tab. 4.11: Surovinové náklady:**

Surovinové náklady	4290 €
Náklady na ponúkané nápoje	8040 €
<b>celkom</b>	<b>12330 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

#### 4.9.6 Ostatné náklady

Zahrňujú náklady spojené so začatím prevádzky, napríklad úradné poplatky pri zakladaní s. r. o., prerobenie kuchyne atď.

**Tab. 4.12 Ostatné náklady:**

Náklady na reklamu	5400 €
Zriaďovacie náklady s. r. o.	500 €
Inovácia kuchyne a baru	2500 €
Náklady na slávnostné otvorenie	500 €
<b>Ostatné náklady celkom</b>	<b>8900 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Náklady na inováciu kuchyne a baru predstavovali pôvodne čiastku 3000 €, ale na vyhotovenie čapovacieho zariadenia na mieru v tvare výfuku motocykla sme dostali od nášho dodávateľa piva (Gambrinus) sponzorský dar vo výške 500 €, čo znížilo sumu na výsledných 2500 €.

**Náklady**, ktoré vystupujú v cash flow a pri výpočte hospodárskeho výsledku sú súčtom predošlých prevádzkových, mzdových a surovinových nákladov, ktoré v súčte dávajú sumu 17712 €.

#### 4.9.7 Tržby

Sú stanovené na základe odhade predaných jedál a nápojov za mesiac. Plánujeme predávať 50 jedál v pracovný deň a 70 jedál počas víkendových dní (sobota, nedeľa) a priemerná cena za jedlo sa po spriemerovaní ceny za špecialitu a klasické jedlo odhaduje na 5,5 € za jedlo. Tržby za predané nápoje sa odhadujú v „bežný deň“ (nedeľa až štvrtok) na 250 €, piatok na 1200 € a sobotu na 900 €. Plus ešte 2 akcie za mesiac po 400 €.

Odhad na týždeň:

**Jedlo:** 5 x 50 porcií = 250 x 5,5 = 1375 €

2 x 70 porcií = 140 x 5,5 = 770 €

**Spolu: 2145 €**

**Nápoje:** 5 (bežný deň) x 250 = 1250 €

1 (piatok) x 1200 = 1200 €

1 (sobota) x 900 = 900 €

**Spolu: 3350 €**

**Akcie:** 0,5 x 400 = 200 €

**Spolu 200 €**

Tržby na mesiac sa zrátame spočítaním jednotlivých tržieb za jedlo, nápoje a akcie a vynásobíme počtom týždňov v mesiaci, čiže 4.

$2145 + 3350 + 200 = 5695$  – týždenné tržby spoločnosti

$5695 \times 4 = 22780$  – celkové tržby spoločnosti za mesiac

Spoločnosť dosiahne odhadovaných tržieb až v piatom mesiaci pôsobenia, pretože dovtedy sa bude aklimatizovať a dostávať do stabilnejšej pozície na trhu. [10]

#### 4.9.8 Výkaz zisku a straty

**Tab. 4.13: Výkaz zisku a straty, vyjadrenie hospodárskeho výsledku po mesiacoch:**

Mesiac	1.	2.	3.	4.	5.	6.
<b>Výnosy</b>	<b>8000</b>	<b>12000</b>	<b>15000</b>	<b>20000</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>
Náklady	17712	17712	17712	17712	17712	17712
Úrok	338	332	326	320	313	307
<b>N celkom</b>	<b>18050</b>	<b>18044</b>	<b>18038</b>	<b>18032</b>	<b>18025</b>	<b>18019</b>
HV	-10050	-6044	-3038	1968	4755	4761

Mesiac	7.	8.	9.	10.	11.	12.
<b>Výnosy</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>
Náklady	17712	17712	17712	17712	17712	17112
Úrok	301	295	289	282	276	270
<b>N celkom</b>	<b>18013</b>	<b>18007</b>	<b>18001</b>	<b>17994</b>	<b>17988</b>	<b>17982</b>
HV	4767	4773	4779	4786	4792	4798

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tab. 4.14: Výkaz zisku a straty pre 4 roky pôsobenia spoločnosti:**

Rok	1.	2.	3.	4.
<b>Výnosy</b>	<b>237240</b>	<b>273 360</b>	<b>273360</b>	<b>273360</b>
Náklady	212544	223171	234330	246047
Úrok	4050	3153	2182	1134
<b>N celkom</b>	<b>216594</b>	<b>226324</b>	<b>236512</b>	<b>247181</b>
HV	20646	47036	36848	26179

Zdroj: Vlastné spracovanie

Je vidieť, že náklady medziročne stúpajú o cca 5% v dôsledku zvyšujúcej sa inflácie a nezastaviteľnému zdražovaniu surovín a energií. Ak spoločnosť bude chcieť predísť klesajúcemu hospodárskemu výsledku, musí zdvihnúť ceny, alebo obstarat' úsporu nákladov.

**Tab. 4.15: Cash flow po mesiacoch pre prvý rok pôsobenia spoločnosti:**

Mesiac	1.	2.	3.	4.	5.	6.
PS PP	5000	35165	28230	24295	24986	27927
Prijatý úver	50000					
Tržby	8000	12000	15000	20000	22780	22780
<b>Príjmy celkom</b>	<b>58000</b>	<b>12000</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>
Náklady	17712	17712	17712	17712	17712	17712
Ostatné N	8900					
Splátka úveru	1223	1223	1223	1223	1223	1223
Daň	0	0	0	374	904	905
<b>Výdaje celkom</b>	<b>27835</b>	<b>18935</b>	<b>18935</b>	<b>19309</b>	<b>19839</b>	<b>19840</b>
CF	30165	-6935	-3935	691	2941	2940
KS PP	35165	28230	24295	24986	27927	30867

Mesiac	7.	8.	9.	10.	11.	12.
PS PP	30867	33806	36744	39681	42617	45551
Prijatý úver						
Tržby	22780	22780	22780	22780	22780	22780
<b>Príjmy celkom</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>	<b>22780</b>
Náklady	17712	17712	17712	17712	17712	17712
Ostatné N						
Splátka úveru	1223	1223	1223	1223	1223	1223
Daň	906	907	908	909	911	912
<b>Výdaje celkom</b>	<b>19841</b>	<b>19842</b>	<b>19843</b>	<b>19844</b>	<b>19846</b>	<b>19847</b>
CF	2939	2938	2937	2936	2934	2933
KS PP	33806	36744	39681	42617	45551	48484

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tab. 4.16: Cash flow pre nasledujúce 4 roky pôsobenia spoločnosti:**

Rok	1.	2.	3.	4.
PS PP	5000	51743	77865	94764
Prijatý úver	50000			
Tržby	237240	273360	273360	273360
<b>Príjmy celkom</b>	<b>287240</b>	<b>273360</b>	<b>273360</b>	<b>273360</b>
Náklady	212544	223171	234330	246047
Ostatné N	8900			
Splátka úveru	15130	15130	15130	15130
Daň	3923	8937	7001	4974
<b>Výdaje celkom</b>	<b>240497</b>	<b>247238</b>	<b>256461</b>	<b>266151</b>
CF	46743	26122	16899	7209
KS PP	51743	77865	94764	101973

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tržby za jedlo a nápoje sú rátané na týždne, čiže 28 dní a mesiac je doplnený o 2 plánované akcie, čo spolu v priemere vychádza na jeden kompletný mesiac. Po spriemerovaní veľkosti akcií vyšlo, že na jednu akciu bude potreba 1 kuchár, 1 pomocná sila a 3 čašníci. Potreba čašníkov prevyšuje naše zamestnanecké možnosti, ale v zálohe máme vždy pripravené, milé a mladé brigádnicky, ktoré nám veľmi rady vypomôžu.

Pri organizovaní akcií a osláv môže zákazník prenechať na nás aj záležitosti týkajúce

sa živej hudby alebo profesionálneho DJ-a, pretože v tejto oblasti máme kvalitné kontakty, ale dokonca aj známych.

#### 4.9.10 Splátky úveru

**Tab. 4.17: Splátka úveru po mesiacoch pre prvý rok na vyjadrenie úroku použitého vo výkaze zisku a straty:**

Rok	Mesiac	Splátka (EUR)	Úrok (EUR)	Úmor (EUR)	Úver (EUR)
1.	1.	1223	338	886	49115
1.	2.	1223	332	891	48223
1.	3.	1223	326	897	47326
1.	4.	1223	320	904	46422
1.	5.	1223	313	910	45512
1.	6.	1223	307	916	44597
1.	7.	1223	301	922	43675
1.	8.	1223	295	928	42746
1.	9.	1223	289	934	41812
1.	10.	1223	282	941	40871
1.	11.	1223	276	947	39924
1.	12.	1223	270	954	38971

Atď. Zdroj: <http://ekonomika.sme.sk/kalkulacky/uverova-kalkulacka.php> [cit. 20.4.2012]

**Tab. 4.18: Splátkový kalendár pre budúce 4 roky pôsobenia a na zobrazenie úroku a úmoru splátky:**

rok	Splátka (EUR)	Úrok (EUR)	Úmor (EUR)	Úver (EUR)
1.	15130	4050	11080	38920
2.	15130	3153	11977	26943
3.	15130	2182	12947	13996
4.	15130	1134	13996	0

Zdroj: <http://ekonomika.sme.sk/kalkulacky/uverova-kalkulacka.php> [cit. 20.4.2012]

Pri prepočte splátkového kalendáru pre splácanie po mesiacoch a po rokoch vzniká určitý rozdiel na celkovom úroku, pretože pre banku je riskantnejšie inkasovať iba vždy na konci roku a dostať vysokú čiastku ako každý mesiac a nižšiu čiastku s ktorou dlžník nemusí mať až taký problém.

## **4.10 Zdroje financovania**

Spoločnosť ma na začiatku k dispozícii 55 000 €, ktoré vznikli zo základného kapitálu 5000 € a prijatého úveru 50 000 €. Pre úver sa spoločnosť rozhodla požiadať Slovenskú sporiteľňu, ktorá nebola jednoznačne za poskytnutie. Museli sme predložiť podrobný finančný plán a zdokladovať presný projekt, pre ktorý chce úver použiť. Inštitúcia následne preštudovala doložené materiály a s vidinou seriózneho podnikania nám prostriedky poskytla s úrokom 8,10%.

Po výpočtoch prevedených s odhadovanými položkami pre spoločnosť vyšiel konečný zostatok peňažných zdrojov cca 50 tisíc €. Z toho vyplýva, že spoločnosť by na základe očakávaného vývoja nepotrebovala finančné prostriedky až v takej výške a vyšla by aj s podstatne nižším úverom a plánovanými tržbami, ale faktory pôsobiace na vývoj a stabilitu sú často nepredvídateľné a môžu nastať rôzne iné situácie a podmienky. Preto spoločnosť aj s týmito odhadmi ostane pri pôvodnom pláne.

## **4.11 Zhrnutie finančných podmienok**

Finančné a rozpočtové výpočty ukazujú, že za predpokladaných a priaznivých podmienok spoločnosť vykazuje v každom z budúcich 4 rokov kladný hospodársky výsledok a z toho vyplýva, že vykazuje peňažné toky v kladných hodnotách. Môžeme povedať, že spoločnosť bude schopná splácať poskytnutý úver a celkom slušne profitovať. Po skončení splácania spoločnosť samozrejme nabehne na vyššie zisky, pretože bude odľahčená od mesačných úverových splátok a to jej otvorí dvere pre ďalšie možnosti.

## 5. Záver

Cieľom tejto bakalárskej práce bolo spracovať príručku pre začínajúcich podnikateľov a názorne krok po kroku znázorniť založenie spoločnosti s ručením obmedzeným. Môžem konštatovať, že zadaný cieľ bol úspešne splnený a výsledná príručka obsahuje základné informácie a potrebné poznatky k tomu, aby sme sa na niečo také ako je podnikateľská cesta mohli pustiť.

Cieľ bol splnený vysvetlením základných pojmov ohľadom podnikania, porovnávaním výhod a nevýhod viacerých právnych foriem podnikania, sumarizáciou potrebných dát a v praktickej časti syntézou tohto všetkého použitím na založenie fiktívnej obchodnej spoločnosti, konkrétne spoločnosti s ručením obmedzeným.

Bakalárska práce môže nájsť uplatnenie u každého začínajúceho podnikateľa, ktorý si neverí a potrebuje nadobudnúť základné informácie a prípadnú motiváciu, ako aj u obyčajných ľudí, ktorí proste len chcú byť sčítaní v tejto danej oblasti.

Práce pozostáva z dvoch hlavných častí, ktoré sú teoretická a praktická. Teoretická časť poskytuje orientáciu v problematike, potrebnú k vykonávaniu podnikateľskej činnosti. Naopak praktická časť ich aplikuje na samotné založenie spoločnosti a vytvorenie takých podmienok za ktorých je schopná prežiť. Pri vypracovaní praktickej časti sa dbalo hlavne na realizovateľnosť a pravdivosť údajov, ktoré sú základom pre úspešný začiatok.

Nie práve zbytočne bola pre začiatčníkov vybratá názorná ukážka spoločnosti s ručením obmedzeným, ale preto, lebo je to z právneho, finančného a administratívneho hľadiska najpriateľnejšia forma podnikania a aj preto je najčastejšou voľbou pri zahajovaní nových podnikateľských myšlienok.

Ukončil by som to tým, že neľutujem môj výber témy bakalárskej práce a som veľmi rád, za novo nadobudnuté informácie a vedomosti, ktoré sa budem snažiť čo najefektívnejšie využiť vo svojom budúcom živote.

## Použitá literatúra

### Knihy a učebné texty

- [1] FINE, Lawrence G. *The SWOT Analysis. 1. edit.* Seattle: CreateSpace, 2009. 78 p. ISBN 978-1449546755.
- [2] HINGSTON, Peter. *Starting Your Business.* London: Dorling Kindersley, 2001. 192 s. ISBN 978-0751314137.
- [3] LANGDON, Ken. *100 tipů jak začít úspěšně podnikat.* 1. vyd. Brno: CP Books, 2005. 122 s. ISBN 80-251-0797-3.
- [4] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán.* Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [5] KOTLER, Philip. *Marketing Management. 10. vyd.* Praha: Grada, 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.
- [6] PAPULOVÁ, Emília et al. *Úvod do podnikania manažmentu.* 1. Vyd. Bratislava: Kartprint, 2006. 248 s. ISBN 80-88870-59-3.
- [7] SABO, Mikuláš et al. *Právne formy podnikateľských vzťahov.* 4. vyd. Bratislava: IURA EDITION, 2001. 176 s. ISBN 80-89047-10-6.
- [8] SRPOVA, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání.* 1.vyd. Praha: Grada, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [9] SRPOVA, Jitka, Ivana Svobodová, Pavel Skopal a Tomáš Orlík. *Podnikatelský plán a strategie.* 1. vyd. Praha: Grada 2011. 200 s ISBN 978-80-247-4103-1.
- [10] STRAPÁČ, Peter. *Valné zhromaždenie spoločnosti s ručením obmedzeným a akciovej spoločnosti.* Bratislava: EPOS, 2011. 208 s. ISBN 978-80-8057-910-4.
- [11] ŠÚBERTOVÁ, Elena et al. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch.* 1. vyd. Bratislava: Kartprint, 2011. 120 s. ISBN 978-80-88879-1.

### Elektronické zdroje

- [12] FRONTINUS. *Reklamné služby* [online]. Frontinus [10.4.2012]. Dostupné z: <http://www.frontinus.sk/reklama.php>



- [13] EUROEKONÓM. *Makroprostredie podniku* [online]. Euroekonóm [10.4.2012]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.sk/marketing/marketingova-analyza/makroprostredie-podniku/>
- [14] EUROEKONÓM. *Mikroprostredie podniku* [online]. Euroekonón [10.4.2012]. Dostupné z: <http://www.euroekonom.sk/marketing/marketingova-analyza/mikroprostredie-podniku/>
- [15] EUROPA. *Definice mikropodniků, malých a středních podniků* [online]. Europa [4.3.2012]. Dostupné z: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/enterprise/business\\_environment/n26026\\_cs.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_cs.htm)
- [16] PODNIKAJTE. *Založenie spoločnosti s ručením obmedzeným* [2.3.2012] Dostupné z: <http://www.euroekonom.sk/marketing/marketingova-analyza/makroprostredie-podniku/>
- [17] PODNIKAM. *Ako zostaviť marketingový plán* [online]. Podnikam [5.4.2012]. Dostupné z: <http://www.podnikam.webnoviny.sk/podnikatelsky-plan/ako-zostavit-marketingovy-plan-/18971>
- [18] ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Hrubý domáci produkt v roku 2011* [online]. ŠÚSR [4.3.2012]. Dostupné z: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=35601>
- [19] ZAČKOVÁ, Katarína. *Podnikavosť je pre úspech firmy nevyhnutná podľa 60 percent slovenských topmanažérov* [online]. ETREND [20.3.2012]. Dostupné z: <http://ekonomika.etrend.sk/ekonomika-slovensko/podnikavost-je-pre-uspech-firmy-nevyhnutna-podla-60-percent-slovenskych-topmanazerov.html>

### **Internetové stránky**

- [20] [www.podnikajte.sk](http://www.podnikajte.sk)
- [21] [www.mojepodnikanie.sk](http://www.mojepodnikanie.sk)
- [22] [www.ekonomika.sk](http://www.ekonomika.sk)
- [23] [www.euractiv.sk](http://www.euractiv.sk)

## **Zoznam skratiek**

**s. r. o.** - Spoločnosť s ručením obmedzeným

**OR** - Obchodný register

**SBA** - Small Business Act

**PPS** - Purchasing Power Standard

**SR** - Slovenská republika

**ZB** - Zbierka

**Z.z** - Zbierka zákonov

**v. o. s.** - Verejná obchodná spoločnosť

**a. s.** - Akciová spoločnosť

**SZČO** - Samostatne zárobková činná osoba

**DIČ** - Daňové identifikačné číslo

**JKM** - Jednotné kontaktné miesto

**DÚ** - Daňový úrad

### Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 2.5.2012

Miloš Belesčák  
Miloš Belesčák

## **Zoznam príloh**

- Príloha č. 1 Spoločenská zmluva o založení spoločnosti s ručením obmedzeným
- Príloha č. 2 Súhlas s menovaním a podpisový vzor konateľa spoločnosti Moto Pub Harley, s. r. o.
- Príloha č. 3 Vyhlásenie správcu vkladov
- Príloha č. 4 Návrh na zápis spoločnosti s ručením obmedzeným do obchodného registra
- Príloha č. 5 Formulár pre právnickú osobu
- Príloha č. 6 Nájomná zmluva